

## REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE O TURISMO EM PIRAMBU (SE)

SOCIAL REPRESENTATIONS OF CULTURE TOURISM AT PIRAMBU (SE).

Anderson Pereira Mendonça<sup>1</sup>

Natanael Reis Bomfim<sup>2</sup>

Recebido em 07/03/2013

Aprovado em 29/05/2013

<sup>1</sup> Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz. [anderson.p.mendonca@hotmail.com](mailto:anderson.p.mendonca@hotmail.com)

<sup>2</sup> Pós-doutor em Geografia Humana pela Universidade de Paris I. Professor Titular da Universidade do Estado da Bahia. [nabom\\_reis@hotmail.com](mailto:nabom_reis@hotmail.com)

### RESUMO

O potencial turístico do município de Pirambu, cidade litorânea do estado de Sergipe, tem se propagado pela mídia, pelo governo e pelas agências turísticas no estado, através de seus inúmeros recursos naturais, mas que de certa forma não encontra correspondência na infra-estrutura da cidade e nem no comportamento de seus moradores, no qual um jogo de forças se estabelece entre a população, o governo e os ambientalistas do Programa Brasileiro de Conservação das Tartarugas Marinhas (TAMAR). O presente estudo objetivou compreender as Representações Sociais construídas pela comunidade local de Pirambu, acerca do lugar turístico, como forma de identificar elementos formadores de identidade sócio-territorial que podem servir de subsídios para elaboração de estratégias que orientem as práticas sociais para o desenvolvimento da atividade turística local. Nesse sentido, buscou-se o auxílio das ciências sociais, por meio das Representações Sociais, a fim de apreender o conteúdo construído acerca do Turismo em Pirambu (SE). Para tal, realizou-se uma pesquisa multimetodológica a partir da associação livre de palavras e entrevistas aplicadas em atores sociais, interpretadas através da frequência as palavras evocadas, construção de mapas cognitivos e análise de conteúdo. As estruturas apreendidas nas associações de palavras, das Representações Sociais do Turismo em Pirambu, destacam o aspecto de indissociação entre Turismo, Belezas naturais e Cultura. Tais elementos constituem a identidade do local e a partir dessa identidade que os sujeitos vão estabelecendo relações e atribuindo significados às coisas, porém apesar de os atores reconhecerem o Turismo como uma alternativa viável para o desenvolvimento, os resultados apontam para a inexistência da atividade no local.

### PALAVRAS CHAVE:

Representações Sociais, Cultura, Turismo, Pirambu (SE).

### ABSTRACT

The tourism potential of the municipality of Pirambu, seaside town in the state of Sergipe, has been propagated by the media, government and tourism agencies of the state, through its many natural resources, but in a way not found in the infrastructure of the city and even in the behavior of its inhabitants, that constantly debate against environmentalists of the Brazilian Program for the

Conservation of Sea Turtles (TAMAR) and the government. The aim of this was to understand the social representations built by the local community of Pirambu, about the tourist place, in order to identify elements that generate socio-territorial identity with the objective to develop strategies to guide social practices for the development of local tourism. Accordingly, we sought the help of the Social Sciences, through social representations in order to understand the content built about the tourism Pirambu (SE). We carried out a qualitative-descriptive research, multimethodological, using instruments to collect data, such as free association of words and semi-directed interviews made with social actors, interpreted by the frequency of words mentioned, construction of cognitive maps and content analysis. The structures learned in the associations of words, social representations of tourism Pirambu, highlight the aspect of indissociation of Tourism, Culture and Natural beauty. These elements constitute the identity of the site and from this identity that the subject will establish relationships and assigning meaning to things, but despite the actors recognize tourism as a viable alternative for development, the results point to the lack of activity on site.

**KEYWORDS:**

Social Representations, Culture, Tourism, Pirambu(SE).

**INTRODUÇÃO**

A presente pesquisa versa sobre as Representações Sociais que a comunidade local de Pirambu (SE) tem a respeito do Turismo. Para empreender essa pesquisa foi necessário um envolvimento com a comunidade assim como, com suas manifestações culturais e representações.

A atividade turística, sempre relacionada ao município de Pirambu, cidade litorânea do estado de Sergipe, propagada pelos diversos meios de comunicação, pelo governo e pelas agências de Turismo do estado, reconhecendo o potencial turístico do município, por meio de seus inúmeros recursos naturais, mas que de certo modo não encontra correspondência na estrutura da cidade e nem no comportamento de seus moradores. Desta forma, verifica-se um distanciamento da população com relação às ações nesse sentido ocorridas no local, muitas vezes impostas por gestores, sem consulta à população, bem como por ambientalistas do Projeto TAMAR (Programa Brasileiro de Conservação das Tartarugas Marinhas), o qual se configura como uma importante ferramenta para a divulgação do município e conseqüentemente, um atrativo para visitação.

Enquanto isso, a atividade turística, ainda incipiente, vai acontecendo por meio de ações isoladas de gestores e empresários, muitas vezes com fins que não atendem às necessidades da população e não sensibilizam o contexto social, gerando um estranhamento dos mesmos em relação à atividade. As

festas populares, que antes mobilizavam toda comunidade e se configuravam como tradição do município, parece ter perdido o sentido para os moradores locais, os quais migram para outros locais, retornando após o término dos eventos. Como exemplo, é possível citar o Carnaval, a Festa da Padroeira, Nossa Senhora de Lourdes, com suas guerras das cabacinhas e o Culturarte, promovido pelo projeto TAMAR, que tem como proposta divulgar as manifestações culturais e as potencialidades do município.

Para compreender essas transformações, recorreu-se à Teoria das Representações Sociais, como teoria e método que na concepção de Moscovici (1976), configura-se como um conjunto de ideias, opiniões, valores, preconceitos e estereótipos que os indivíduos têm sobre um objeto social. Estes elementos são fomentadores da construção da identidade entre o sujeito e o objeto. Nesse contexto o Turismo em Pirambu é considerado como um objeto da Representação e reflete um saber que os indivíduos de uma dada sociedade ou de um grupo social elaboram e compartilham acerca da possibilidade ou não de sua existência.

Conhecendo os valores, hábitos, crenças, atitudes, mitos, estereótipos e preconceitos da população bem como a realidade cultural, almejou-se apreender o simbólico que permeia a identidade dos indivíduos. Assim, o objetivo central do presente estudo foi identificar e analisar o conteúdo das representações sociais construídas pelos atores sociais do município de Pirambu, litoral norte do estado de Sergipe, no que se refere à existência ou não do Turismo no Local.

### **TERRITORIALIZAÇÃO E TURISMO EM PIRAMBU (SE)**

O município de Pirambu está localizado no litoral sergipano, em sua porção centro-oeste, possui uma área territorial de 205.878 Km<sup>2</sup>, sendo 71 km<sup>2</sup> de área urbana e 147 km<sup>2</sup> de área rural. A sede do município está localizada a 28 km de distância da Capital, Aracaju, via Rodovia SE-100 e 76 km pela BR-101.. Possui uma população de 8.369 habitantes conforme dados do último censo demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010).

O município configura-se também como um dos maiores centros pesqueiros de Sergipe, sendo o produto da pesca exportado e vendido em Aracaju, Recife, Salvador, Maceió, Fortaleza, Natal e nas várias feiras livres espalhadas nas diferentes cidades de Sergipe

Ressaltando o aspecto ambiental, Pirambu conta ainda com a reserva biológica de Santa Izabel que influencia todo o processo de desenvolvimento do município. Criada pelo Decreto Nº 96.999, de novembro de 1988, objetiva proteger as espécies de tartarugas marinhas que procuram esses sítios em intervalos regulares, durante a estação reprodutiva (FONSECA; VILAR; SANTOS, 2010).

Situado dentro desta Reserva, Pirambu abriga a primeira base do Projeto TAMAR, instalada no Brasil em 1982. O Projeto Monitora 53 km de praias e protege quase 2.400 desovas e 106 mil filhotes, a cada temporada. Cerca de 80% desses filhotes são da espécie *Lepidochelys Olivacea* (Tartaruga Oliva), a menor entre as tartarugas marinhas que ocorrem no Brasil.

Embora o município seja reconhecido e sempre associado ao Turismo em Sergipe, o potencial e recursos turísticos não são formatados em oferta turística, entendida como o conjunto de equipamentos, bens e serviços que existem numa determinada região para usufruto dos turistas (OMT, 2006), já que esta não encontra correspondência na estrutura do município, mesmo que o Turismo seja encarado como uma alternativa de desenvolvimento, através da ampla divulgação do mesmo nos meios de comunicação como rádio, televisão, jornais, revistas, sites, guias informativos, feiras nacionais e internacionais, devido às suas belezas naturais, dificultando assim sua inserção no Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (PRODETUR-NE) que exige requisitos mínimos de estrutura no lugar para receber investimentos, além de um plano diretor para o município.

Segundo Avila (2009), para que ocorra o desenvolvimento do Turismo é necessário que haja respeito às manifestações culturais. Nesta perspectiva, a construção do território turístico em Pirambu se faz a partir de dois movimentos aparentemente contraditórios: diferenciação e homogeneidade, movimentos estes que influem na organização do espaço geográfico. Sendo assim, ocorre um ordenamento espacial, considerando a padronização de serviços (atendimento, preço, conforto, infraestrutura básica e turística e qualidade do produto) para atender aos critérios de racionalidade e competitividade do mundo atual. As diferenças são padronizadas, contudo permanecem como diferenças.

Obedecendo a esta tendência, o processo recente de desenvolvimento da atividade turística é marcado, justamente pela valorização das diferenças. As propagandas, incentivadas pela mídia, equivalem a imagem do Município a um “paraíso”, “eldorado”, “santuário ecológico”. Um dos principais desafios para Pirambu é o de incentivar o crescimento da atividade turística, conciliando-a com a conservação do equilíbrio socioambiental e cultural da região. Para isso, torna-se imprescindível que as intervenções se façam de forma planejada, compatível com a capacidade de suporte, com a participação das comunidades envolvidas e, como alerta Avila (2009), adequando-se aos princípios de sustentabilidade. Logo, o tratamento econômico do Turismo requer, no entanto, uma abordagem que contemple ao lado da análise científica, a consideração do elemento humano, que é fundamental em sua manifestação.

Portanto, entender os processos psicossociais desencadeados pelo fenômeno turístico, as expectativas, os desejos, satisfações e frustrações de comunidades locais, turistas e visitantes, a dinâmica cultural em que o Turismo está inserido, possam ser o fermento para o planejamento equilibrado de um Turismo mais responsável.

### **A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS COMO MÉTODO DE PESQUISA**

Para analisar o conteúdo das Representações Sociais sobre o Turismo em Pirambu (SE), recorreu-se a teoria e método das Representações Sociais (TRS), definida por Moscovici (1976) como um conjunto de ideias, opiniões, valores, preconceitos e estereótipos que os sujeitos têm sobre um objeto social. Compreender o Turismo como Fenômeno Social, exige antes de tudo entender que o conhecimento científico se processa a partir da relação entre os sujeitos e o objeto, a partir dos níveis de experiências que esses travam nesta relação. Isso significa dizer que o conhecimento empírico desenvolvido, a partir de suas experiências com o fenômeno no espaço vivido, tem uma importância fundamental para a construção da ciência. Essa, por sua vez, apresenta um arcabouço teórico e metodológico que permite a sua evolução epistemológica, contribuindo não só com o seu avanço, mas também na sua intervenção social.

O estudo das Representações Sociais se constitui como um grande campo de investigação em diferentes abordagens nas Ciências Sociais e Humanas (JODELET, 1989). Nesse contexto, Bomfim (2005) citado por Souza (2008), entende que nas Ciências Humanas e Sociais, os estudos sobre as Representações Sociais ocupam um lugar importante e buscam explicar a relação entre as

produções mentais e as dimensões materiais e funcionais da vida dos grupos, acrescentando ainda que a Representação Social é parte do cotidiano e um produto da comunicação e da linguagem, constituindo-se numa organização de imagens. Logo, a TRS enfatiza e simboliza atos e situações cujo uso os torna comum. Sendo, portanto, uma modalidade particular do conhecimento, que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos. Realçando também, que a Representação Social tanto fala quanto mostra, tanto comunica quanto exprime.

O termo Representações Sociais se originou através do conceito de Representações Coletivas de Durkheim (1963), de modo que a teoria pode ser caracterizada como um campo multidisciplinar ou interdisciplinar, a partir do momento em que foi influenciada e recebeu contribuições de outras áreas das Ciências Sociais, como a Antropologia, a Sociologia a Geografia e, sobretudo a Psicologia Social.

Para Moscovici (1976), a TRS se configura como um conjunto de ideias, opiniões, valores, preconceitos e estereótipos que os indivíduos têm sobre um objeto social. O autor introduz, em sua teoria, uma noção de sujeito ativo e construtor, assim, é importante destacar que o conceito de Representação Social parte da proposição de consciência coletiva, porém não relaciona indivíduo e sociedade de forma dicotômica. Desse modo, o homem não absorve os conteúdos que a sociedade o impõe, ele os reformula, na medida em que é um ser ativo e não passivo diante do mundo. Moliner (1996) acrescenta que Moscovici (1976) tenta, segundo seus próprios termos, estabelecer “as dimensões da realidade social que está associada à produção de uma Representação Social (p. 1)”. Em síntese, o autor se interessou não apenas em compreender como o conhecimento é produzido, mas principalmente em analisar seu impacto nas práticas sociais e vice-versa.

Diante do exposto, tem-se que o Fenômeno Social Turismo, de acordo com Panosso Netto, (2010), é configurado como algo bem presente no contexto das pessoas, particularmente no município de Pirambu (SE), pois este município apresenta um grande potencial para a atividade turística, fato esse propagado pela mídia, pelo governo e pelas agências de turismo do estado de Sergipe devido principalmente aos seus inúmeros recursos naturais; com isso, a teoria das Representações Sociais pode verificar de que modo o conhecimento construído em relação à atividade turística pelos moradores se refletem em práticas sociais, ou como as práticas sociais dos indivíduos podem estar relacionadas com esse conhecimento.

A TRS estrutura-se a partir da construção de conhecimentos socialmente compartilhados e, conseqüentemente às cognições. A dimensão simbólica e o caráter imaginativo a respeito desses conhecimentos refletem a dimensão dos afetos, porque quando os atores sociais empenham-se em compreender e representar o mundo, eles também se utilizam de emoção e sentimento (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 1995).

Portanto, a utilização da abordagem estrutural da TRS torna-se de grande valia para organização dos conteúdos (ABRIC, 1987; FLAMENT, 1987; ROUQUETTE, 1984; ARRUDA, 2002; CHAVES; SILVA, 2011). Tal abordagem organiza as representações como um conjunto estruturado e hierarquizado de elementos, apresentando uma lógica adequada.

No caso da presente pesquisa, destacam-se os processos culturais e o turismo no município de Pirambu (SE). Ou seja, se por um lado espera-se entender as Representações Sociais sobre o Turismo, por outro se torna possível apreender a dinâmica social e cultural do lugar e seus processos individuais e coletivos.

Para tanto, considera-se que as Representações Sociais como produto e processo estruturam-se em duas instâncias principais: um núcleo central, mais resistente a mudanças, sendo a base comum propriamente social e coletiva, que segundo Abric (1998), se constitui como elemento fundamental da representação, pois é ele que determina ao mesmo tempo, sua significação e sua organização interna e uma periférica, mais maleável e disposta a se modificar, no intuito de englobar eventos, ideias e objetos que sejam contraditórios a priori para, ao interagir com o novo, integrá-lo na representação pré-existente ou criar uma nova representação a partir desta inovação, sendo mais associada às características individuais e ao contexto imediato e contingente nos quais os indivíduos estão inseridos (ABRIC, 1998; OLSCHOWSKY, 2007).

O núcleo central se caracteriza por duas funções e uma propriedade que são essenciais, a saber: função geradora, onde o núcleo central é o elemento pelo qual se cria ou se transforma a significação de outros elementos constitutivos da representação, onde esse elemento adquire sentido ou valência e a função organizadora, que determina a natureza das relações que unem entre eles os elementos de uma representação, sendo o elemento unificador e estabelecedor da representação (ABRIC, 1994).

Além disso, segundo o autor, existe uma propriedade essencial que é a estabilidade, composta dos elementos que mais vão resistir às mudanças e vai determinar em grande parte, a maneira que se concebe a natureza da evolução e da transformação de uma representação.

Em relação aos elementos periféricos, estes estão em relação direta com o núcleo central, tendo um papel essencial no funcionamento e na dinâmica das representações. Podem segundo Flament (1984), serem definidos como esquemas, já que por serem periféricos, são menos estáveis e mais permeáveis que os elementos centrais. Por estas razões eles autorizam modulações individualistas da representação, ou seja, permitem a cada um se posicionar de acordo com variações pessoais, sem colocar em questão a significação central (ABRIC, 1994).

Os elementos periféricos, ainda segundo o autor, constituem-se como objeto de interesse por alguns motivos: primeiro, porque vão permitir uma apropriação mais individualizada da representação; segundo, pelo fato de que podem ser considerados preditores de comportamento, constituindo a parte operacional da representação e em terceiro, porque os mesmos vão intervir nos processos de defesa ou de transformação da representação, e terem nisso, um papel fundamental na formação de um núcleo central mais estável (ABRIC, 1994).

Tal movimento pode parecer contraditório, mas é essencial no processo, destacando que uma representação só se transforma a partir do momento em que o próprio núcleo central é transformado. Portanto entende-se que o sistema central é estável, coerente, consensual e historicamente definido, enquanto que o sistema periférico constitui o complemento indispensável do sistema central do qual ele depende, isto porque se o sistema central é essencialmente normativo, o sistema periférico, é, por sua vez, funcional. Devido a ele, a representação pode se ancorar na realidade do momento (ABRIC, 1994).

Para explicar o processo de formação das Representações, Moscovici (1978) salienta dois aspectos importantes: ancoragem e objetivação. A objetivação torna concreto aquilo que é abstrato, transformando um conceito em imagens, retirando-o de seu marco conceitual científico. Trata-se de privilegiar certas informações em detrimento de outras, simplificando-as e dissociando-as de seu contexto original de produção (ALMEIDA; SANTOS, 2011). Portanto, como salienta o próprio Moscovici (1978) citado por Chaves e Silva (2011, p. 311), “objetivar é reproduzir um

conhecimento em uma imagem até que essa imagem se converta num elemento da realidade, ao invés de ser apenas um elemento do pensamento”, pois segundo o autor, ao objetivar algo, se preenche a defasagem entre a representação e o que ela representa.

Já a ancoragem se refere ao fato de tudo o que se pensa sobre alguma coisa ter um embasamento na realidade. Quando se pensa sobre um objeto, o sujeito usa como referência experiências e esquemas de pensamento já estabelecidos. Desse modo, a ancoragem assemelha-se a um processo de categorização, uma vez que atribui aos objetos um local dentro de uma malha de significados (VALA, 1996; MOSCOVICI, 1978). Permite, portanto, integrar o objeto da representação em um sistema de valores próprios aos indivíduos, denominando-o e classificando-o em função da inserção social dos mesmos. Assim, Almeida e Santos (2011) entendem que um novo objeto é ancorado quando ele passa a fazer parte de um sistema de categorias já existentes mediante alguns ajustes.

Ressalta-se que o Turismo enquanto fenômeno social, gerador de múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural, torna-se um campo rico para ser focado a partir da perspectiva das Representações Sociais, pois o mesmo propicia experiências psicológicas e culturais aos envolvidos, foco principal da presente pesquisa. (DE LA TORRE, 1992).

Diante do exposto, compreende-se que a TRS se constitui como um fenômeno complexo e como tal exige um nível de análise que respeite essa complexidade, demandando certo rigor sobre os conceitos e o instrumental escolhido para dar conta do mesmo, ressaltando aqui a técnica de evocação livre a partir de um termo indutor, utilizada para identificar o conteúdo das Representações Sociais sobre o Turismo em Pirambu (SE), fundamentada na abordagem estrutural de Jean-Claude Abric (1994).

## **METODOLOGIA**

O corpus dessa pesquisa tem sua análise no mapa cognitivo, advindo da evocação livre de palavras e do discurso elaborado pelos sujeitos. Na primeira etapa foi captado e analisado o sistema categorial, através das palavras mais frequentes, com a finalidade de isolar o conteúdo da Representação Social, elaborando mapas cognitivos. Esses mapas podem ser entendidos ainda, como conceituais ou mentais, e são definidos como ferramentas metodológicas que se consagram nos estudos e pesquisas em Psicologia Social (SERPA, 2005).

Num segundo momento, o discurso dos gestores públicos foi analisado e interpretado, baseando-se no método de Bardin (1988), evidenciando outras imagens.

Finalmente, essas imagens foram correlacionadas a fim de verificar e/ou refutar a hipótese sobre a existência do Turismo em Pirambu (SE). Vale destacar que a evocação livre de palavras apresenta um limite sobre o objeto de estudo. Portanto utilizou-se, como instrumento complementar, a entrevista semi-estruturada. O conteúdo desse primeiro instrumento utilizado, partiu das palavras indutoras com cinco palavras produzidas espontaneamente pelos participantes da pesquisa. Assim, a estrutura das Representação Social está associada à cognição dos sujeitos, bem como ao seu afeto com o objeto social. Logo, busca-se compreender as representações sociais construídas pela comunidade de Pirambu acerca do lugar turístico e do Turismo, como forma de identificar elementos formadores de identidade sócio-territorial a fim de elaborar estratégias que orientem as práticas sociais, condutas e comportamentos para o desenvolvimento da atividade turística local.

Os mapas cognitivos sobre Pirambu (SE) e Turismo são resultados da frequência de palavras evocadas durante o recolhimento dos dados. O mapa específico de cada palavra evocada foi analisado e interpretado separadamente e trouxe as representações sociais sobre o objeto de estudo, nesse caso, a existência do Turismo em Pirambu.

## **RESULTADOS**

Foram aplicados 472 questionários, simultaneamente, sendo 236 para cada palavra indutora, totalizando 1.180 palavras. Essas palavras sinônimas e semanticamente próximas nas diversas categorias foram agrupadas em ordem decrescente de frequência.

Nessa primeira etapa de estudo, foi solicitado aos pescadores, comerciantes, moradores antigos, professores e estudantes que escrevessem cinco palavras que viessem a sua mente quando pensassem em **Pirambu** e **Turismo**. Esses dados nortearam a criação da imagem sobre o Turismo em Pirambu e representam as opiniões, ideias, crenças, atitudes, valores, preconceitos, estereótipos e mitos sobre o objeto social.

Salienta-se que a palavra **Pirambu** foi questionada em primeiro plano, com o objetivo de minimizar a influência de um termo sobre outro, o que poderia escamotear os resultados referentes à existência da prática do Turismo nesse município.

Ao analisar os dados presentes na Figura (7) é possível perceber que a imagem com maior destaque está ligada a ideia de belezas naturais (114) e cultura (112) e se desdobra em mais cinco elementos consecutivos que são: praia (93), abandono (92), estrutura (84), desemprego (77) e esperança (69). De acordo com Abric (1994) este é o núcleo central da estrutura das Representações Sociais sobre a cidade de Pirambu.

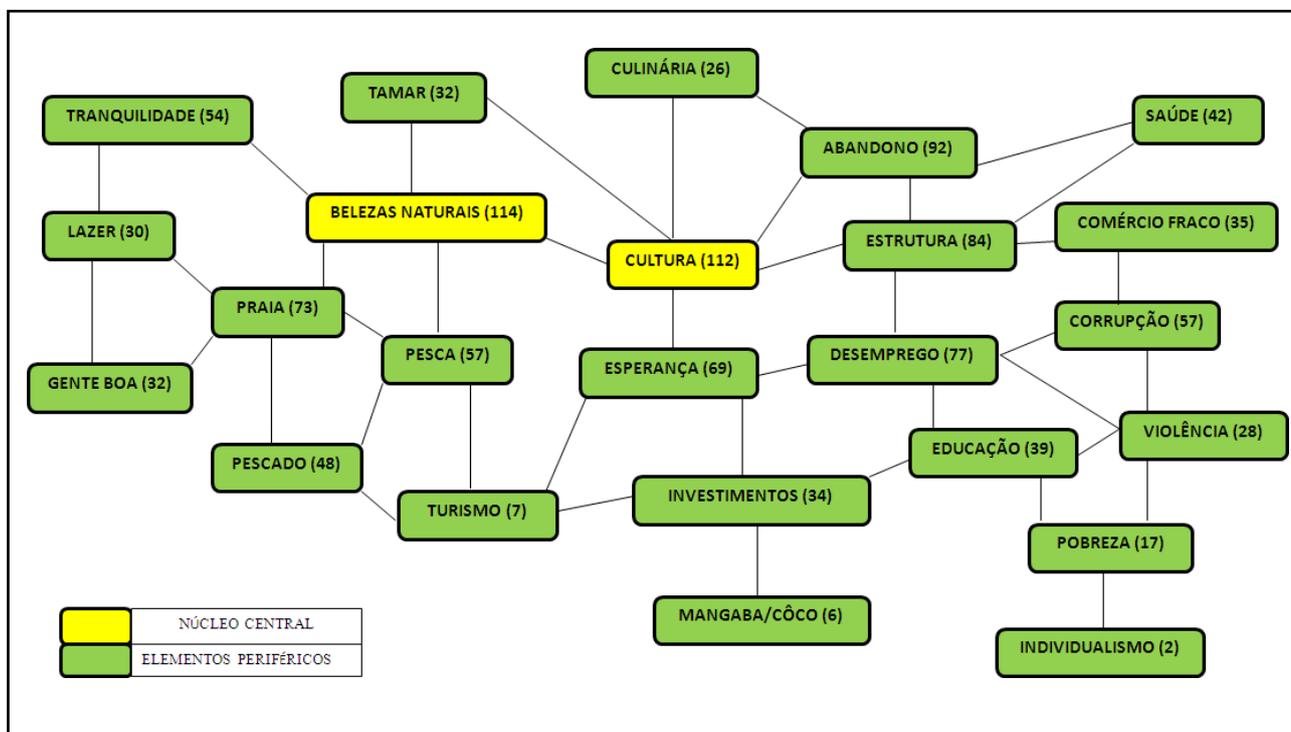


Figura 1. Mapa Conceitual das Representações Sociais acerca de Pirambu  
Fonte: Elaboração do Autor (2012)

Segundo os participantes da pesquisa, a cidade em si, apresenta-se, por um lado, a partir da noção de espaço natural e, por outro lado como espaço de cultura. Como espaço natural, a praia e sua beleza se evidenciam através dos valores que lhe são atribuídos, como tranquilidade (54) e gente boa (32), seguido da pesca (57) e o pescado (48) que são elementos identitários que reforçam a cultura do pirambuense, uma vez que a organização espacial desse lugar se deu na segunda metade

do século XIX, por pescadores (SILVA, 2001). Percebe-se que a palavra tamar (32) também gravita em torno do núcleo central (beleza natural). Pode-se inferir que essa palavra veio à tona, pois, situado dentro da Reserva de Santa Izabel, Pirambu abriga a primeira base do Projeto TAMAR instalada no Brasil.

Associando o termo cidade ao conceito de espaço urbano, Siviero (2007) o explica como um conjunto de diferentes usos da terra (comerciais, de serviços, industriais, residenciais, de lazer, dentre outros) sobrepostos entre si, o que retrata um espaço fragmentado. É nessa concepção teórica de fragmentação que mesmo sendo um lugar que apresenta uma beleza natural, com praia, uma reserva ecológica e a Base do TAMAR, a palavra Turismo (7) apresenta uma baixa frequência. Isso pode significar que essa atividade não pertence a uma prática exercida nesse lugar, bem como uma baixa identificação para os atores sociais dessa comunidade. Todavia, esse elemento que gravita em torno do núcleo central da Representação Social está articulado nessa ideia de lugar, uma vez que cada uma de suas partes mantém relações espaciais com as demais.

Retomando a ideia de espaço urbano de Siviero (2007), Pirambu é, ainda, um reflexo da sociedade do presente e do passado, que deixa suas marcas na sua organização espacial, sendo assim desigual e mutável. É condicionante social, ou seja, o lugar onde as diversas classes sociais vivem e se reproduzem. A noção de cidade envolve também as crenças, valores e mitos criados na sociedade e projetados nas formas espaciais e materializados na natureza e na cultura local.

Associado a essa noção de espaço urbano e suas relações, alguns aspectos negativos do Turismo se apresentam nas representações construídas pelos moradores, indicada pelo núcleo central, a cultura do lugar e por algumas palavras que estão ligadas a ele como elementos periféricos como abandono (92), estrutura (84), desemprego (77), corrupção (57), saúde (42), educação (39), comércio fraco (35), investimentos (34), violência (28) e pobreza (17). Essas palavras constituintes da representação social do lugar, construídas e compartilhadas pela comunidade, podem ser explicadas pelo fato de o município já ter passado por uma intervenção estadual, fato este que tem reflexos até hoje, acarretando na falta de investimentos na área da saúde, educação e economia, gerando por sua vez pobreza e violência.

Estas ideias dos participantes definem bem a organização política, social e econômica de Pirambu. Segundo Carlos (1994), uma cidade concentra pessoas e seus meios de produção, logo é o lugar da divisão econômica e social do trabalho dentro de um processo produtivo na totalidade do espaço produzido.

Nesta perspectiva, essa cidade se constitui nas suas condições históricas necessárias, transcendendo uma concepção meramente econômica, para também questões sociais, políticas, ideológicas e jurídicas, articuladas em sua totalidade na formação econômica e social. Ferrara (1990) também explica que a história da imagem urbana se configura como uma história onde o individual e coletivo se imbricam alegoricamente, determinando certa confusão que não se permite afirmar se a imagem é da cidade ou do crítico à procura do espaço perdido.

A partir da análise desse mapa conceitual, pode-se revelar uma imagem positiva de Pirambu como um lugar que se destaca pelas belezas naturais, pelo reconhecimento da sua cultura, reforçada pela prática da pesca e a utilização desse produto na sua culinária, bem como a tranquilidade e índole das pessoas que aí habitam. Por outro lado, a imagem negativa que se contrapõe, evidencia os elementos que reforçam o sentimento de desamparo à comunidade e abandono ao seu lugar de vivência. Entretanto, diante das adversidades, é possível destacar a crença dos atores para a esperança de uma transformação do panorama desse lugar que é mais que urbano e mais que um modo de produzir, é também um modo de consumir, pensar e sentir. É um modo de vida que aparece como forma de apropriação deste espaço produzido.

Para o mapa conceitual sobre Turismo (Figura, 2), verifica-se que é possível perceber que as palavras que aparecem com maior destaque para o núcleo central são: lazer (215), festa (168), estrutura (121), renda (93) e praia (90).

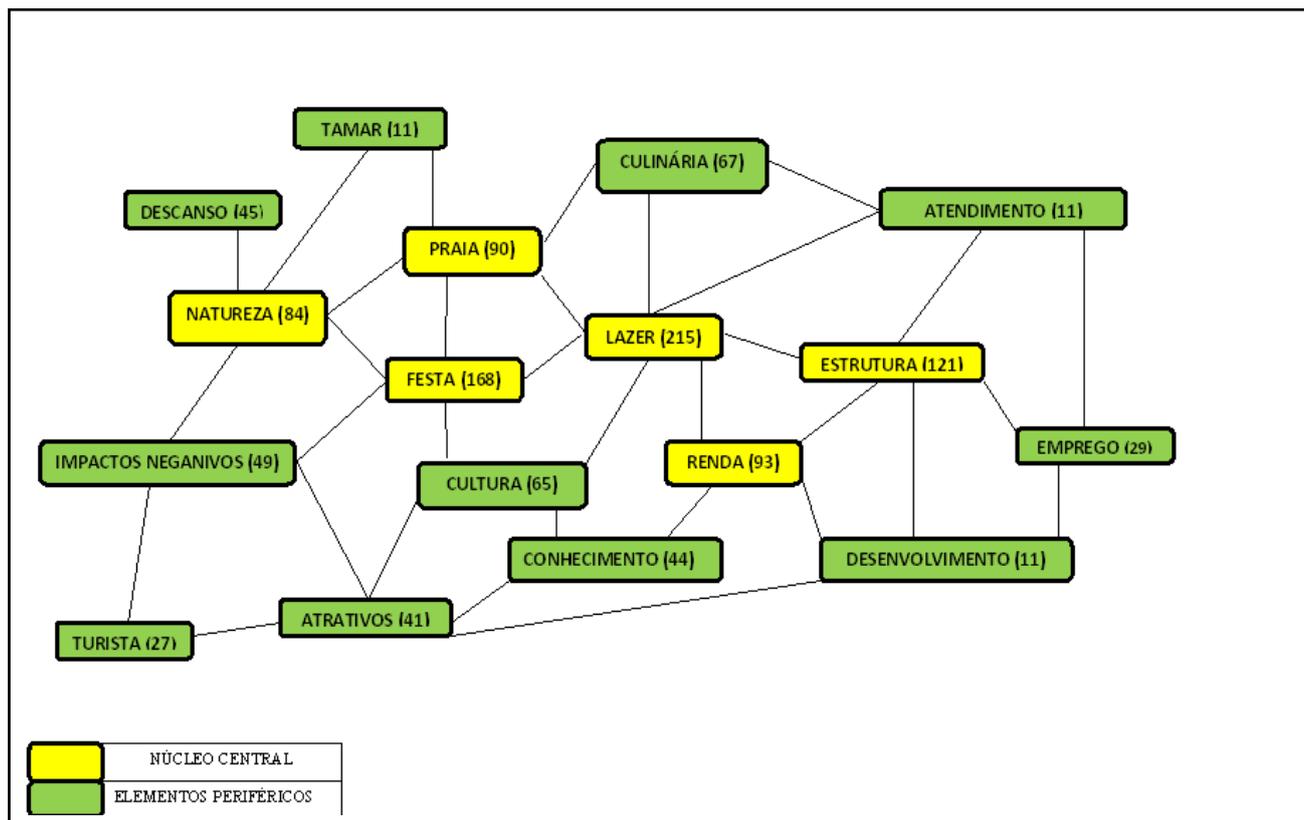


Figura 2. Mapa Conceitual das Representações Sociais acerca do Turismo  
 Fonte: Elaboração do Autor (2012)

Em primeira análise, percebe-se uma imagem de dois segmentos do Turismo. De lazer (125) e de sol e praia (90). Isto significa que a Representação Social desses atores, é construída a partir de uma ideia e uma opinião sobre o Turismo influenciada pelo marketing do Estado de Sergipe.

Souza (2002) também mostra de forma clara a diferença entre os espaços de representação dos diferentes agentes e grupos produtores do espaço de Morro de São Paulo (BA). A autora trabalhou com vários grupos, entre eles pescadores, e verificou que considerando os elementos referenciais/afetivos, o espaço de representações dos pescadores são mais ricos e diversificados, em relação aos turistas e trabalhadores do Turismo que reproduzem, em geral, uma representação estereotipada do lugar. Para a autora, o lugar da comunidade é determinado por uma “racionalidade sensível” onde convivem imagens e referenciais não cooptados pela imagem hegemônica do lugar, ou seja, uma imagem de Morro de São Paulo concebida por instâncias do poder, desenvolvida pelo PRODETUR-NE em parceria com o Governo do Estado.

Gil e Oliva (2009) corroboram com esses resultados, ao destacar que quando um órgão define uma região de Turismo sem levar em consideração as Representações Sociais da comunidade está apenas definindo a existência de um potencial turístico.

Em contrapartida, os participantes reconhecem o Turismo como uma atividade econômica capaz de emprego (29) e renda (93), mesmo que o lugar ainda não apresente uma infraestrutura para tal (atendimento 11), bem como a presença do Projeto TAMAR (11).

A concepção dos atores sociais, que envolve a ideia e opinião sobre o Turismo, quando associada ao discurso teórico de Siviero (2007) sob o ponto de vista espacial, remete ao entendimento de uma prática consumidora do espaço, responsável também pela produção e transformação do mesmo, sendo que sua complexidade é expressa pelas relações sociais e pela sua materialização, que compõe o processo de produção desse espaço. Porém, a organização do espaço turístico requer uma crescente racionalidade, que devendo estar apoiada em um processo de planejamento dotado de ações responsáveis e de objetivos previamente estabelecidos. Nesse sentido, o Turismo utiliza-se de toda infra-estrutura e facilidades do espaço urbano para seu pleno desenvolvimento, o que não acontece plenamente em Pirambu, segundo os participantes da pesquisa.

Por outro lado, a festa (168) se evidencia como um elemento identitário da cultura (65) e do lugar pela sua natureza (84), tranquilidade que pode propiciar o descanso (45) para o turista (27), bem como, sua culinária (67), visto que o município sempre se destacou no cenário estadual pelas manifestações culturais que fazem parte do calendário de eventos e se apresentam, segundo eles, como atrativos (41) e oportunidade de conhecimento (44), tais que: Carnaval, Culturarte, Festa da Padroeira Nossa Senhora de Lurdes com a guerra das cabacinhas. Apesar de esses atrativos serem potenciais para um possível desenvolvimento (11) da prática do Turismo, fica evidente para a comunidade, que essa prática pode gerar impactos negativos (49) para o lugar.

Essas ideias contraditórias sobre a existência do Turismo podem ser explicadas a partir do discurso de Cruz (2001) quando ele faz uma distinção entre o espaço produzido pela prática do Turismo e o espaço urbano. O primeiro caso, que não se efetiva em Pirambu, pois, segundo o autor, trata-se da criação de um novo espaço produtivo. Já o espaço urbano de Pirambu em si constitui-se suporte e, ao mesmo tempo, atrativo para o Turismo, através dos elementos naturais e culturais que se

materializam nesse espaço. Logo, segundo Siviero (2006) muitas cidades por si mesmas se constituem em atrativo turístico, e o Turismo pode por sua vez, contribuir para transformar a imagem da cidade.

A imagem do Turismo construída pelos pirambuenses está inserida numa crença coletiva de uma possibilidade de transformação do espaço natural e cultural em um lugar turístico, otimizando as relações sociais e econômicas. Portanto, a Representação Social do Turismo em Pirambu, construída pelos atores sociais e revelada pelo seu conteúdo, implica numa imagem tanto positiva como negativa, que se apresenta como um campo de forças entre uma representação de Turismo veiculada pelo marketing para o estado e aquela idealizada pelos atores sociais e evidenciada por meio de crenças coletivas.

Para Bordieu (1989) o campo de forças pode ser definido como um espaço social onde os agentes que estão situados concorrem e disputam relações de poder. Isto significa dizer que, os atores sociais de Pirambu ocupam posições relativas nesse espaço de relações e travam embates, cada qual com possibilidades diferenciadas sobre o mundo material e simbólico. Assim, os conflitos ambientais, políticos, ideológicos, sociais e culturais tornam-se o foco desse trabalho, pois, deste ponto de vista, toma-se o campo de forças e o campo simbólico como centro para as disputas de significados e representações sociais do Turismo em Pirambu.

Pode-se afirmar que as ideias negativas sobre o Turismo são, em algum momento, sublimadas positivamente pelas ideias e opiniões que a comunidade tem pelo seu lugar de vida neste espaço, que não se configura como um lugar turístico, mas apresenta potencialidades naturais e culturais que podem se configurar como atrativos turísticos.

Quando a representação destaca essa realidade, percebe-se então uma noção de conflito e luta simbólica que é explicado por Oliveira (2004), quando a autora busca analisar o campo ambiental, aqui o lugar, num jogo de relações entre o campo de luta política e de significações. Essas relações são caracterizadas pelo jurídico e político definido por Bordieu (1989) como o espaço social de diferenciações onde são travadas as lutas de poder e as lutas simbólicas, das quais os atores sociais se esforçam para manter ou transformar a estrutura das relações existentes, legitimando ou não, práticas sociais e culturais.

Bomfim (2005) citado por Souza (2008) explica que os estudos sobre as Representações Sociais buscam explicar a relação entre as produções mentais e as dimensões materiais e funcionais da vida dos grupos. Nesse contexto, a Representação Social é parte do cotidiano dos pirambuenses, constituindo-se como um produto da comunicação e da linguagem que se organiza em imagens.

Para a análise das entrevistas semiestruturadas realizadas com 05 gestores públicos: secretário da cultura (P1), secretário adjunto do Turismo (P2), secretário da saúde (P3), coordenador regional do projeto TAMAR (P4) e Presidente do CONDEPI (P5). Buscou-se identificar os elementos de caracterização e definição do Turismo em Pirambu e o julgamento de valor sobre o Turismo. As respostas foram gravadas e posteriormente transcritas e analisadas.

Perguntando sobre a opinião dos participantes a respeito da descrição de Pirambu para o turista, a maioria dos participantes demonstra pouco conhecimento sobre o município quando apresentam ideias vagas quanto à descrição do mesmo ou quando transfere a responsabilidade do conhecimento para outros. Esta afirmativa é reforçada a partir dos verbetes:

“Paisagens, diversos pontos turísticos, a cultura“ (P1),

“Procure a secretaria de Turismo. Todas as informações sobre pontos turísticos, opções, bares, restaurantes, pousadas você encontra lá, além disso, você pode visitar o alagamar e conhecer o trabalho com a mangaba que se faz lá” (P3).

“Eu diria que o secretário de Turismo deveria se apresentar mais pra organizar as coisas” (P5)

Vale destacar o discurso que descreve o município com propriedade, a partir da fala do participante (P4).

“Pirambu é uma pequena cidade de pescadores que tem um poder ambiental muito importante, de destaque nacional, porque nesse município se encontra a maior população brasileira da menor tartaruga marinha, temos aproximadamente 3000 ninhos de TM. Do ponto de vista não da conservação, mas do ponto de vista de levantar uma bandeira para o Turismo é uma coisa muito importante, além de alguns recursos que o município contempla como uma unidade de conservação como a reserva biológica, agente é banhado por um rio, por um oceano, temos inúmeras lagoas. Além de o município ter uma atividade cultural bem interessante, grupos folclóricos bastante representativos, quando você compara o tamanho do município e a quantidade de grupos folclóricos, artesanato de grande expressão como o trabalho de palha de uricuri, o trabalho com esteiras de junco, então são trabalhos muito importantes no município”

A imagem de Pirambu, descrita pelos gestores, está definida na sua totalidade urbana, somada aos elementos turísticos por ela incorporados.

Perguntando sobre a existência ou não da prática do Turismo no município, para a maioria existe um Turismo, mas vale ressaltar que este, ainda, é incipiente em função das explicações dos participantes. Para P1 há uma necessidade de investimento, P2 clama por uma melhor organização e para P5 existe um Turismo, mas carece de divulgação. Mesmo com a unanimidade de respostas sobre uma prática turística que exige uma infra-estrutura, vale ressaltar a resposta de P4, quando explica de forma consistente sobre a não existência do Turismo na cidade de Pirambu.

“Turismo tem em Pirambu porque o conceito de Turismo é muito abrangente, existem várias linhas, eu acho que o Turismo em Pirambu é um Turismo que não expõe ao turista a situação real do município e da interação que as pessoas tem porque o turista que vem e passa por aqui o máximo que pode fazer é almoçar no lugar então não tem nenhuma relação pra mim da comunidade com o turista, isso é uma pena porque se o turista permanecesse mais além de conhecer melhor as pessoas, as pessoas que deveriam ganhar com o Turismo não estão”.

Segundo Siviero (2007), os fragmentos dos discursos, aqui apresentados, permitem considerar a necessidade de integrar as ações que delineiam a organização espacial de Pirambu, através do planejamento com as políticas setoriais de desenvolvimento turístico, numa ação administrativa conjunta e participativa.

Considerando o julgamento de valor sobre o Turismo (opinião, preconceito, estereótipo, ideia, crença e mito), verificou-se que para a primeira questão sobre a representação do Turismo para os participantes, a maioria diz que é importante quando o Turismo pode possibilitar a geração de emprego e renda para a comunidade. Mas, a fala de P4 destaca a relação do Turismo com o Projeto TAMAR na medida em que a mídia pode veicular e divulgar a cidade para o cenário nacional. Essa afirmativa pode ser ilustrada a partir do verbete:

“Pra mim como pessoa talvez muito pouco porque onde tem turista na cidade é uma coisa que mais degrada do que constrói, mas como instituição agente não pode negar que no trabalho que agente faz o Turismo traz um respaldo pra nossa atividade, porque mesmo quando às vezes a comunidade se contrapõe ao trabalho que nós realizamos, mas quando você coloca isso no cenário nacional, essa não é a verdade, é tanto que a maior quantidade de veiculações na mídia sobre Pirambu está atrelada as atividades que agente realiza.”

Em seguida, pergunta-se sobre a importância do Turismo para a cidade. As respostas apontam que a maioria dos participantes acredita no Turismo com uma alternativa de desenvolvimento. Entretanto, percebe-se que eles desconhecem as diretrizes e estratégias de planejamento para um Turismo com sustentabilidade quando associam a importância da atividade apenas no aspecto da geração de emprego e renda (P1) ou como um catalizador de relações (P3). Destaca-se, então, o discurso de P4, reforçando a ideia da alternativa do desenvolvimento em virtude do desgaste das tradicionais fontes econômicas do município, ressaltando que para a implementação do Turismo, faz-se necessário um planejamento, condição maior do PRT (Plano Regional do Turismo), a saber:

“Eu acho que Pirambu, depois da decadência do coco e também do camarão, o camarão a qualquer momento vai ter um colapso porque é muito precário, mesmo dentro da realidade do nordeste, onde tem uma posição de destaque, ela vem perdendo força, por conta da pressão em cima desses estoques, mas Pirambu tem uma alternativa muito interessante que é o Turismo, mas isso merece uma reflexão das pessoas, da sociedade dos políticos do tipo até quando Pirambu suporta o que está sendo feito com ele? Então eu acho que precisa repensar isso, redirecionar isso, Pirambu tem algumas dificuldades, não tem plano diretor que é uma coisa extremamente importante, inclusive é uma obrigação legal de uma cidade que trabalha com o Turismo ter um plano diretor pra ordenar exatamente a questão da ocupação territorial e fazer com que o turista se sinta convidado a permanecer um tempo maior no município.”

Pergunta-se sobre as influências do Turismo na cultura local. As respostas apontam para modificações a partir das relações entre o a comunidade receptora e o turista. Nesse sentido, os participantes apontam impactos positivos e negativos. Os positivos podem ser enumerados como: desenvolvimento local, resgate às tradições culturais. E os negativos são brigas, droga, doenças, De maneira mais explícita P4 explica que:

“Eu acredito que sim se for de uma forma ordenada, se não é muito difícil porque Pirambu vem a anos se destacando como uma cidade turística, cidade do carnaval é você olha pra dentro da cidade e você vê que tem diversas fragilidades, muitas fragilidades e que isso de certa forma afugenta o turista que pode trazer benefícios para a comunidade. O Turismo que na sua maioria das vezes tem sido feito em Pirambu não trazem benefícios a comunidade, a comunidade não percebe isso e não interage com o turista e o turista muitas das vezes acha que conheceu Pirambu e não conheceu”

Considerando a consolidação da atividade turística no tempo e no espaço, os participantes são unânimes em apontar os seguintes elementos: sazonalidade, divulgação, das condições financeiras do município, manutenção dos eventos. Percebe-se, aqui, uma fragilidade em relação à capacidade dos gestores que lidam com o planejamento urbano e turístico do município.

Quando se pergunta sobre a quem a atividade turística chama mais à atenção, a maioria dos participantes respondem que o Turismo está voltado para os visitantes. Entretanto, P4 afirma que:

“O visitante é atraído pela repercussão que a sociedade tem com relação a Pirambu, principalmente com a questão do carnaval. O carnaval atrai muitas pessoas para cá, muitas pessoas que inclusive não sabem exatamente que tipo de carnaval é esse. Quando a pessoa não se desloca pra Salvador, pra Recife, pro Rio, grandes eventos carnavalescos, vem a Pirambu então Pirambu recebe realmente um grande contingente de pessoas geralmente que vem de pequenas cidades do nosso estado e quando chega aqui cria um estresse na cidade que não tem condição de absorver isso é ruim pra população e é ruim pra o turista. Do ponto de vista da comunidade, eu acredito que deseja trazer esse turista, receber o turista só que ela não interage em momento nenhum na sua vida ou na sua atividade nem reflete sobre a questão do Turismo, então isso é uma coisa que não faz com que o Turismo ou a quantidade de turista possa crescer no município”.

A Representação Social sobre o Turismo em Pirambu, a partir do discurso, revela uma imagem da inexistência de um Turismo planejado em detrimento de uma prática estereotipada de Turismo, uma vez que sua divulgação é feita em função do estado de Sergipe de maneira generalizada, sendo que esta não garante a abrangência ao município. Contudo, essa imagem revelada pela Representação Social e construída pelos gestores evidencia uma ideia de Turismo, embasada no reconhecimento de um potencial existente no lugar para o desenvolvimento da local e, portanto uma alternativa para o município. Desse modo pode-se verificar a presença do visitante, sem que efetivamente existir uma prática do Turismo no local. Assim, essa Representação Social, segundo Moscovici (1976), configura-se como um conjunto de ideias e opiniões e valores que os gestores e moradores de Pirambu têm sobre um objeto social, pois eles são atores sociogeográficos, aqueles que pensam, refletem e constroem seu espaço social, pelas suas proposições de consciência coletiva. Essa ideia é reforçada por Jodelet (2001) que entende a Representação Social como uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.

Para Baldissera (2004) a não participação e desinformação a respeito do Turismo, quando ele existe mesmo de forma estereotipada no lugar, pode ser explicada pelo fato das comunidades receptoras não participarem ativamente dos processos decisórios da comunicação pública do Turismo. Assim, é perceptível a inclinação positiva sobre o Turismo, nas falas dos gestores públicos, dos políticos, dos empreendedores e dos investidores, em detrimento da pouca importância da comunidade local. Logo, no momento em que o poder público de Pirambu decide sobre a prática do Turismo nesse lugar, ele tende a impor à comunidade uma imagem dessa atividade que não corresponde a uma significação que a mesma tem para ela.

Nessa perspectiva, esse mesmo autor justifica porque o Turismo não tem sentido concreto para a comunidade, afirmando que o lugar que essa atividade ocupa na teia simbólica parece ser algo periférico e de responsabilidade dos outros. Portanto, os significados atribuídos ao Turismo em Pirambu pelos atores sociais, assumem a imagem paradigmática, tanto positiva, quanto negativa.

### **MODELO TEÓRICO SOBRE A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO TURISMO EM PIRAMBU.**

O modelo teórico que será apresentado foi construído a partir do produto das Representações Sociais sobre o Turismo em Pirambu. Esse produto corresponde imagem de Pirambu e do Turismo elaborada a partir da evocação livre de palavras que foi sobreposta à imagem construída através do discurso dos gestores.

Vale salientar que esse modelo apresenta, por um lado, ideias, crenças e valores sobre o lugar de vivência, expressando sentimentos identitários por parte atores sociais. Sendo que por outro lado, sobre a prática de Turismo nesse lugar, é possível afirmar que uma imagem estereotipada se configura, uma vez que o Turismo real não é aquele desejado ou idealizado.

O reconhecimento da atividade turística pela comunidade e pelas instituições sociais se faz necessário, pois os grupos sociais são portadores dessa redefinição, a partir de suas representações positivas e negativas. Logo o Turismo que existe numa localidade, nem sempre é aquele que se pretende pela comunidade.

Nesta perspectiva, o modelo ilustra bem essas contradições que revelam pontos positivos e negativos pelas ideias e opiniões que se compartilham entre os atores sociais. Essas cognições traduzidas em conhecimentos sobre o objeto, segundo a teoria, são oriundas das suas experiências, observações, e crenças. Portanto, buscou-se apreender do espaço vivido aquilo que se considera “a questão fundamental da realidade” ancorado na articulação entre os conceitos e a teoria, na tentativa de compreender as Representações Sociais do Turismo em Pirambu, permitindo, futuramente, delinear proposições que auxiliem nas mudanças de práticas, condutas e comportamentos sociais nesse lugar.

Para tal as formas reveladas pelas palavras e pelo discurso dos atores sociais estão ancoradas na expressividade do patrimônio natural e cultural que está inserido na cidade de Pirambu, que possuem marcas, valores e simbolismos que refletem as ações dos pirambuenses e sua forma de fixação no espaço. Por sua vez, estes bens considerados como símbolos, refletem um código de linguagem que se estabelecem através de imagens.

Estas imagens para serem decodificadas, são interpretadas pela Teoria das Representações Sociais que busca elucidar através de suas funções o que a natureza e a cultura representam para os variados sujeitos que se relacionam em Pirambu.

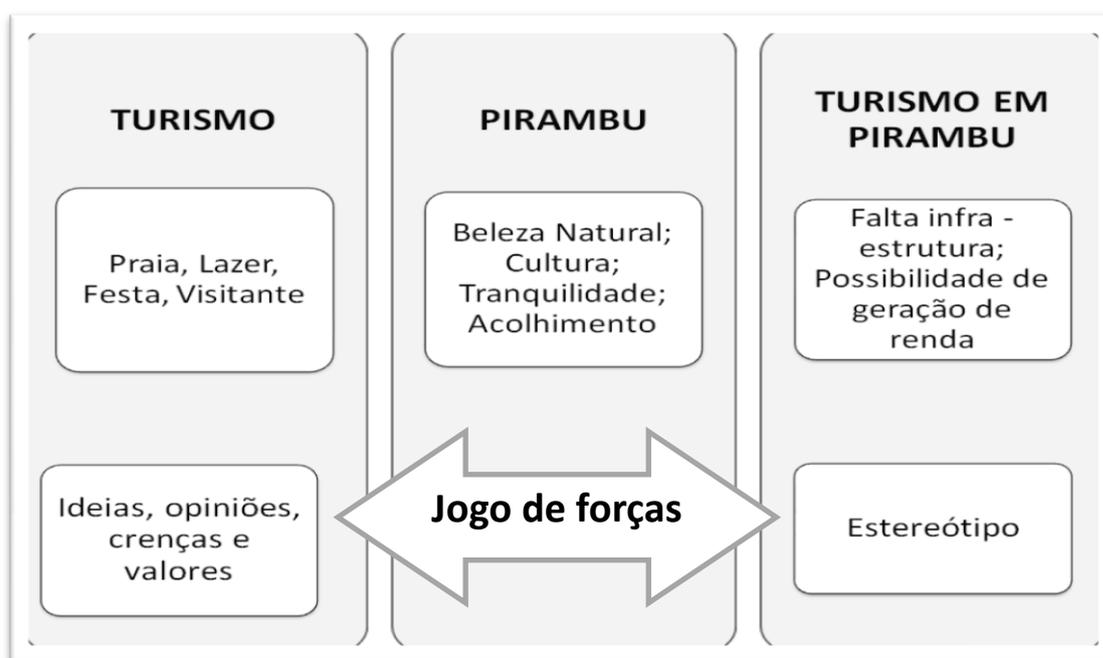


Figura 3. Modelo Teórico da Representação Social do Turismo em Pirambu  
Fonte: Elaborado pelo Autor (2012)

O núcleo central que se estabelece nessa Representação Social tem o lugar de vivência, **Pirambu**, onde ocorrem as práticas sociais, o núcleo é explicado por estas práticas que são exercidas em função do cotidiano dos moradores. Esse núcleo é caracterizado pela sua função geradora, **natureza, cultura, tranquilidade e acolhimento**, que são os significados **positivos** atribuídos a esse lugar como território, onde o sentimento de afetividade serve como elo para a construção das identidades espaciais, culturais e sociais. Esses elementos positivos do núcleo central transformam a significação de outros elementos constitutivos da representação que são positivos e/ou negativos.

Para Abric (1994) esta função organizadora determina a natureza das relações que unem elementos de uma representação. Nesta pesquisa, o modelo teórico elaborado a partir dos resultados demonstra que alguns elementos resistem às mudanças, tais que **praia, festa, lazer e acolhimento** gravitam em torno do objeto social, Turismo. Percebe-se que estes correspondem àqueles da Representação Social sobre Pirambu, lembrando: natureza, cultura, tranquilidade e acolhimento. A imagem do Turismo construída pelos pirambuenses está inserida numa **crença coletiva** de uma possibilidade de transformação do espaço natural e cultural, em um lugar turístico, otimizando as relações sociais e econômicas. Assim a Representação Social do Turismo em Pirambu, construída implica numa **imagem positiva do lugar** que pode a partir de seus atrativos viabilizar a prática do Turismo no local.

Em relação aos elementos periféricos, estes estão em relação direta com o núcleo central, tendo um papel essencial no funcionamento e na dinâmica das representações. Segundo Flament (1984), tais elementos podem ser definidos como esquemas, que por serem periféricos, são menos estáveis e mais permeáveis que os elementos centrais. Por estas razões eles autorizam modulações individualistas da representação, ou seja, permite a cada um se posicionar de acordo com variações pessoais, sem colocar em questão a significação central (ABRIC, 1994).

Nesse ponto de vista, destaca-se em geral para o Turismo em Pirambu, **corrupção, geração de renda, falta de infra-estrutura, atrativos, pobreza e violência**, esse elementos periféricos se constituem como objeto de interesse, pois permitem uma apropriação mais individualizada da representação; na medida em que são considerados preditores de comportamento no espaço representado. Tais representações, segundo Lefebvre (2006) possui a capacidade de incorporar os sentimentos, os ideais ou as frustrações do indivíduo, assim elas são construídas a partir dos desejos e das vontades revelando imagens tanto positivas como negativas. Quanto à **imagem negativa e estereotipada**, esta se insere como uma consequência do campo de forças existente entre o ideológico, o político e as práticas sociais exercidas nesse lugar.

Para o termo estereótipo, Techio (2011) designa o conjunto de características que os membros de um grupo social se atribuem sistematicamente ou atribui a outro grupo ou objeto social. Neste sentido, as **informações** sobre Turismo são processadas por esquemas cognitivos, que apesar de

escassas sobre esse termo, inicia-se um processo dedutivo de expectativas por vezes exageradas que podem incorrer com componente preditivo nas relações intergrupais. Logo, o Turismo é idealizado e não uma prática realmente exercida.

É perceptível a sobreposição de elementos do núcleo central e periféricos, mas que distinguem bem o território de suas potencialidades naturais e culturais seus atrativos e conflitos. Essas **atitudes** favoráveis e desfavoráveis sobre o Turismo em Pirambu correspondem, segundo Moliner (1996), à orientação em geral dos atores sociais em relação ao objeto e podem permitir a mudanças de práticas sociais e do Turismo nesse lugar.

A Representação Social do Turismo em Pirambu se constitui como um produto organizado em temas, em conteúdo e discurso da realidade social e espacial. Lembrando que neste estudo, buscou-se apenas identificar o conteúdo ou produto das Representações, construído sobre o Turismo em Pirambu (SE). Então, o **campo** complexo e dialético das Representações é explicado por Guareschi (1995), através do seu caráter simbólico e imaginativo dos saberes que são construídos e compartilhados pelos sujeitos que se empenham em entender e atribuir sentido para o mundo em que eles vivem. Nesse sentido, o valor atribuído ao objeto social representado possibilita a compreensão dessa realidade, dá homogeneidade ao grupo e definindo assim, segundo Moliner (1996), os princípios fundamentais em torno dos quais se constituem as representações: simplicidade, concretude e consenso historicamente marcado, imagético e coerente.

Portanto, segundo Abelson (1976) e Guimelli (1989) esse cenário (**scripts**) pode permitir, a partir das expectativas dos pirambuenses como atores sociais observadores e participativos, a prescrição de condutas e comportamentos. Tal cenário será melhor contextualizado a seguir nas considerações finais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No presente estudo foram analisadas as Representações Sociais construídas pela comunidade local de Pirambu acerca do lugar turístico, como forma de identificar elementos formadores de identidade sócio-territorial que podem servir de subsídios na elaboração de estratégias que orientem as práticas sociais para o desenvolvimento da atividade turística local.

Para tal, pode-se afirmar que os atrativos turísticos que compõem a região na qual está inserido o município de Pirambu apresentam enorme potencial para o desenvolvimento de segmentos turísticos relacionados, em especial, o Turismo de Sol e Praia. Este potencial é reconhecido pela comunidade e pode ser verificado a partir de associações com suas belezas naturais tais como Praia, Mar, lagoas, dunas, cachoeira entre outros, as quais emergem na estrutura das representações. Além das belezas naturais, a comunidade destaca a cultura do local, a partir de suas manifestações, como um elemento importante, sobretudo as festas como o carnaval, que é considerado a principal festa do local. Apesar disso, tais manifestações têm sido planejadas para o público externo sem uma consulta interna, o que gera uma indiferença na comunidade local.

Isso leva a crer que estes elementos são formadores de uma identidade coletiva e sócio-territorial da comunidade, sendo a partir dela que as relações vão se estabelecendo nesse espaço e os indivíduos vão atribuindo significados às coisas.

No que se refere ao Turismo, os dados mostram que a comunidade tem conhecimento do que seja a atividade, bem como os aspectos positivos e negativos que a envolve. Entretanto, quando relacionado à Pirambu, o termo quase não é relacionado, o que indica uma inexistência da atividade no local, o que pressupõe que a comunidade reconhece Pirambu como um lugar de visitação. A compreensão do Turismo entendido pela popula o se mostra estereotipado, pois tal segmento se apresenta de maneira mais generalizada por todo estado sem levar em considera o as particularidades do local.

Portanto, pode-se afirmar que, mesmo reconhecendo grande potencial para alguns segmentos, o Turismo de modo geral inexistente no município, mas evidencia-se que o visitante sim, esse faz parte da realidade do município e mesmo assim a rela o com a popula o desse indivíduo   muito pequena.

Alguns fatos apontados pelos dados também merecem ser destacados. O primeiro se refere   imagem negativa da cidade apresentada pela comunidade, mais especificamente em rela o   política, elemento importante na representa o. Fato que pode ser compreendido pelo histórico de corrup o de administra es públicas anteriores e reforçado pela inércia da administra o atual. Junte-se a isso o fato de os principais rendimentos do município, a exemplo dos royalties da Petrobrás, encontrarem-se bloqueados, como forma de puni o pelo mal uso do dinheiro público.

O segundo aspecto a ser debatido deve-se ao fato de o desenvolvimento do município esbarrar nas limitações estabelecidas pelo projeto TAMAR, seja por parte do governo ou da comunidade. Esse aspecto pode ser considerado um mito já que tais argumentos não se sustentam tanto pelos dados das evocações como os das entrevistas, apesar de ter sido evidenciada a falta de diálogo entre as partes, talvez pelo fato de o TAMAR ser uma instituição independente, sem necessidade de apoio direto para que esteja em funcionamento.

De acordo com os resultados obtidos, é possível verificar que o desenvolvimento turístico, possivelmente em virtude do enfraquecimento dos vínculos entre os órgãos gestores e a população, tem-se dado a partir de imposições externas e atendendo a interesses individuais, contribuições pouco aproveitáveis. Para fomentar uma sustentabilidade nesse lugar turístico, com atrativos que nem sempre atendem aos anseios da comunidade local, faz-se necessária a valorização de aspectos culturais como forma de desenvolver produtos turísticos que possibilitem o desenvolvimento do lugar. Desse modo, o Turismo cultural passa a ser uma alternativa viável para tal, como aponta Rosenbaum (2006) citado por Barroco. H. e Barroco. L. (2009), ao afirmar que o mesmo compreende as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos, sejam eles do patrimônio histórico e cultural, dos eventos culturais, valorizando os bens materiais e imateriais da cultura.

Logo, torna-se evidente que Pirambu ainda está longe de ser destacado como um lugar turístico, porém de acordo com as representações construídas e compartilhadas pela comunidade, a esperança ganha destaque como um elemento consistente, mas para que isso aconteça é imprescindível um planejamento que envolva todos os atores sociais, já que este não pode prescindir de uma mudança nas representações do homem sobre si mesmo. Nesse contexto, este estudo possibilita o apontamento pragmático de subsídios que visem dar visibilidade interna às manifestações culturais do município resgatando o interesse do pirambuense pela manutenção da cultura.

A elaboração de políticas de Turismo pressupõe o conhecimento prévio da realidade local, regional e nacional, além do envolvimento dos diversos setores da sociedade.

Vale ressaltar algumas limitações encontradas para a realização desse estudo tais como: a escassez de mapas do município, a dificuldade do uso da cartografia cognitiva para identificar precisamente o núcleo central das Representações Sociais nas análises, bem como estabelecer um ponto de corte entre o que é central e periférico que foi baseado somente na frequência da palavra.

Por fim, esse estudo não teve a pretensão de esgotar os debates em torno do tema. Destaca-se a necessidade de novos estudos, que promovam outros olhares e percepções sobre o Fenômeno do Turismo em Pirambu (SE).

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ABELSON, R. P. "Script Processing in Attitude Formation and Decision Making," in: **Cognition and Social Behavior**, ed. John S. Carroll and John W. Payne, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1976.

ABRIC, J. C. **A abordagem estrutural das representações sociais**. Em MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Orgs). **Estudos interdisciplinares de representação social** (pp. 27-38). Goiânia: AB, 1998.

ABRIC, J. C. **La recherche sur Les sreprésentations sociales: l'étude expérimentale des représentations sociales**. DESCHAMPS, J. C.; BEAUVOIS, J. L. (dir.). **Des attitudes aux attributions: sur la construction de la réalité sociale** (p. 158-161). Grenoble: PUG, 1996.

ABRIC, J. C. **Les representations sociales**. In: ABRIC, J. C. **Coopéra-tion, competition et representations sociales**(p. 57-80). Fribourg (Suisse) : Del Val. 1987.

ABRIC, J.C. **Pratiques sociales et représentations**. Paris: PUF, 1994.

ALMEIDA, A. M. O.;SANTOS, M. F. S, **A teoria das Representações Sociais**. In: TORRES, C. V.; NEIVA, E.R. **Psicologia Social: principais temas e vertentes**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

ARRUDA, Ângela. Teoria das Representações Sociais e Teorias de Gênero. **Cadernos de Pesquisa**, n. 117, p. 127-147, nov. de 2002.

ÁVILA, M. A. **Política e planejamento em cultura e turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade.** In: ÁVILA, M. A. (Org.). **Política e Planejamento em cultura e turismo.** Ilhéus: Editus, 2009

BALDISSERA, R. **Imagem-Conceito : anterior à comunicação, um lugar de significações.** Faculdade de Comunicação Social da PUCRS. (Tese de Doutorado) Porto Alegre, 2004.

BARDIN, L. **L'analyse de contenu.** Paris: PUF: 1988.

BARROCO, H. E.; BARROCO, L. M. S. **Tradição, bens culturais e Tecnologias.** Em. CAMARGO, P.; CRUZ, G. **Turismo Cultural: Estratégias, Sustentabilidade e tendências.** Ilhéus: Editus, 2009.

BOMFIM, N. R. O conceito de patrimônio numa perspectiva multidisciplinar : contribuições para uma mudança de enfoque. **Revista Turismo & Desenvolvimento.** São Paulo, vol. 5, n.1, p. 27-35, 2005

BORDIEU P. **O poder Simbólico.** Ed. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1989.

CARLOS, A. F. A. **A (re)produção do espaço urbano.** São Paulo: Edusp, 1994.

CHAVES, A. M. ; SILVA, P. L. **Representações Sociais.** In: CAMINO, L.; TORRES, A. R. R.; LIMA, M. E. O.; PEREIRA, M. E. (Org.). **Psicologia Social: temas e teorias.** 1 ed. Brasília, DF.: TechnoPolitik, 2011.

CONTROLADORIA GERAL DO ESTADO DE SERGIPE.  
<http://www.cge.se.gov.br/modules/news/article.php?storyid=46>, acesso em 01 de fevereiro de 2012.

CRUZ, R. C. **Política de turismo e território.** São Paulo: Contexto, 2001

DE LA TORRE, O. P. **El Turismo, fenómeno social.** 2. ed. México: Fondo de Cultura Económico, 1992.

DURKHEIM, É. **Sociologie et philosophie**. Paris: PUF, 1963.

FERRARA, L. D. **As máscaras da cidade**. Revista USP, dossiê Cidades São Paulo, n 5., v. 5, p.30. 1990.

FLAMENT, C. **Pratiques et representations sociales**. In : BEAUVOIS, J. L et all (dir.). **Perspective cognitive et conduits sociales**(p.143-150). Paris : Del Val, 1987.

FONSECA, V. VILAR, J. W. C. e SANTOS, M. A. N. **Reestruturação Territorial do Litoral de Sergipe**. in VILAR, J. W. C e ARAUJO, H. M. **Território, Meio Ambiente e Turismo no Litoral Sergipano**. São Cristóvão: Editora UFS, 2010.

GIL, A. C. ; OLIVA, E. C. Turismo e Regionalidade. **Turismo-Visão e Ação**, 2009.

GUARESCHI, N. **Escola e Relações de Poder e Autoridade**. In: **Educação**. Porto Alegre, ano XVIII, n. 28 p.109-129, 1995

GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, S. **Introdução**. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, S. **Textos em Representações Sociais**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

GUIMELLI, C. (1999). **La pensée sociale**. Paris: PUF, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico**. Brasília, 2010.

JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**. Tradução Lilian Ulup. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JODELET, D. **Les représentations sociales: um domaine em expansion**. Em JODELET, D. (Org.). **Les représentations sociales** (pp. 31-61). Paris: PUF, 1989.

JODELET, D. **Représentations sociales: phénomènes, concept et théorie**. In. MOSCOVICI, S.(Dir.). **Psychologie sociale**. Paris : PUF,1984.

JOVCHELOVITCH, S. **Vivendo a Vida com os Outros: Intersubjetividade, Espaço Público e Representações Sociais.** In: GUARESCHI, P; JOVCHELOVITCH, S.(Org.). **Textos em Representações Sociais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

LEFEBVRE, H. **La presenya ey la ausência : contribuicion a la teoría das representaciones.** México : Fondo de Cultura Econômica. 2006.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico.** São Paulo: Contexto, 2000.

MOLINER, P. A two-dimensional model of social representations. **European Journal of Social Psychology**, 25 (1), p. 27-40. 1996.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, S. **La Psychanalyse son image et son public.** Paris: PUF, 1976.

OLIVEIRA, S. M. M. C. **Conflitos Ambientais e Lutas simbólicas VIII Congresso Luso Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Coimbra, 2004.**

OLSCHOWSKY, J. C. **Mulheres na Ciência: Representação ou Ficção,** Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes da USP. Ano de obtenção: 2007.

OMT. **Introdução a Metodologia da Pesquisa em Turismo.** São Paulo: Roca, 2006.

PANOSSO NETTO, A. **O que é Turismo.** São Paulo: Brasiliense, 2010.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRAMBU. **Plano Municipal de Assistência Social.** Pirambu, 2000

PROJETO TAMAR. Disponível em: [http:// www.tamar.org.br/interna.php?cod=36](http://www.tamar.org.br/interna.php?cod=36). Acesso em 10/06/2010.

ROQUETTE, M. L. **La pensée sociale,** S. Moscovici (dir.). **Introduction à lapensée sociale,** 2, p. 298-392, 1984.

SERPA, A. **Por uma geografia das representações sociais.** OLAM. Ciência & Tecnologia. Rio Claro, SP. V. 5, N. 1. p.220-232. 2005.

SIVIERO, A. P. **Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento: reflexões teóricas e articulações.** R. RA'EGA, Curitiba, n. 11, p. 51-59, Editora UFPR, 2007.

SOUZA, L. C. T. de. **Morro de São Paulo/Cairu-Bahia : uma decodificação da paisagem através dos diferentes olhares dos agentes socioespaciais do lugar.** Dissertação (Mestrado em Geografia) Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2002.

SOUZA, M. L. M. **As Representações Sociais da comunidade sobre elementos culturais e turísticos da Vesperata em Diamantina – MG.** Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus, 2008.

TECHIO, E. M. **Estereótipos sociais como preditores das relações intergrupais.** In: TECHIO, E. M.; LIMA, M. E. O. **Cultura e Produção das diferenças: estereótipos e preconceito, no Brasil, Espanha e Portugal.** Brasília: TechnoPolitik, 2011.

VALA, J. **Representações sociais: para uma psicologia social do pensamento social.** In VALA, J.; MONTEIRO, M. B. **Psicologia social.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.

VERGÈS, P. L'évocation de l'argent: une method pour la definition du noyau central d'une représentation. **Bulletin de psychologie**, v. 4, n. 405, p. 203-209, 1992.