

Ceará turístico: identidades e identificações entre o sertão e o mar

José Clerton de O. Martins*

Luzia Neide Coriolano**

Resumo

As identidades são elaboradas pelos indivíduos, que assimilam valores da cultura dos lugares que habitam e estes passam a fazer parte de cada pessoa, formando uma unidade que conjuga o modo de ser subjetivo com o instituído socialmente nos lugares. Ou seja, os sujeitos e a cultura local expressam algo que leva a percepção de suas identidades. Neste estudo, fazemos um percurso pelas transformações observadas no Estado do Ceará a partir dos cambios sociais, culturais, políticos e econômicos sofridos com o advento do turismo na região recentemente. Observa-se que tais mudanças interferiram na nova percepção sobre o lugar e interação com as expressões da cultura local e de seus sujeitos.

Palavras-chave: Turismo; Identidade; Ceará.

Abstract

Identities are elaborated by individuals, who assimilate culture values of the places they live in. These form part of each person, as they become a unity which combines the subjective way of being with the traditional way given by places, that is to say, individuals and local culture of places which express something that leads you to the perception of identity. In this study we made a route through the observed transformations in Ceará starting from the point of the social, cultural, political and economic changes that have happened lately since the arrival of tourism in the region. Has been noticed, that these changes interfered in the new perception about the place and interacts with the expressions of local culture and its characters.

Key-words: Tourism; Identity; Ceará.

Introdução

As inúmeras transformações pelas quais passam os espaços e as sociedades fazem com que as pessoas se identifiquem dinamicamente, atribuindo a cada período histórico-econômico uma identidade diferente de si e de seu lugar. Assim pergunta-se neste estudo: o que é identidade? Existe uma identidade cearense, do lugar, da sociedade, do povo? Esta identidade se expressa de que forma, considerando que muitas identidades são impostas pelo modo de produzir?

Aborda-se identidade neste estudo a partir de Smith (1999, p. 192), que sugere ser identidade um todo dinâmico que perpassa sentimentos subjetivos e as avaliações de qualquer população que possua experiências comuns e uma ou mais características culturais compartilhadas, como os costumes, a língua e a religião; e não como algo que se refere a padrão fixo, ou a elementos culturais homogêneos, denominador comum de modos de vida e de atividades que estabilizam o mundo social. Lembra Claval (1995, p. 146) que na identidade cultural distingue-se "a origem comum, o desejo de adequar-se às práticas de um grupo e a construção da pessoa que repousa na articulação exercida de todos os aspectos de sua vida centrados na cultura". Assim, os cearenses, como qualquer outro povo que vivencia uma história social, econômica, tradições e território que lhes são comuns, constituem um grupo com umas identidades próprias.

Smith (1999) sugere que esses sentimentos e valores sejam componentes de experiências vivenciadas com um sentido de continuidade entre as gerações sucessivas de determinada população. Referem-se, ainda, as memórias de eventos e personagens específicos que constituíram pontos decisivos de uma história coletiva e o senso de destino comum da parte da

coletividade que divide essas mesmas experiências. As identificações revelam essa identidade e as transformações que ocorrem por evolução da própria cultura e dos processos de evolução dos sujeitos, e grupos, e passam ao mesmo tempo a idéia de como essa identidade é percebida coletivamente.

O espaço geográfico, que contém a própria sociedade na explicação de Santos (1996, p. 45), impõe-se nesse processo de identificação através das condições que oferece para a produção, circulação, residência e comunicação, para o exercício da política, das crenças, do lazer e como condição de vida. As identidades são elaboradas pelos indivíduos, que assimilam valores do espaço e a contribuição sociocultural do lugar ao qual pertencem. Por exemplo: a identidade do sertanejo difere da identidade do homem litorâneo, assim como a do europeu difere do latino americano. Internalizam-se significados e valores dos lugares que se habita e estes passam a fazer parte de cada pessoa, formando uma unidade que conjuga o modo de ser subjetivo com o que modo tradicional dos lugares, ou seja, sujeitos e cultura local expressam algo que leva a percepção de identidade.

Identidade e lugar

Uma expressão atribuída ao poeta popular Patativa do Assaré, cearense explica esta simbiose: "*eu saí do sertão, mas o sertão não saiu de mim*". O lugar, seja sertão ou praia, floresta, semi-aridez, ou regiões polares, apresenta peculiaridades naturais e culturais que marcam as pessoas com o sentido de ser do lugar, ou o sentimento de pertença, de enraizamento. Daí afirmar Futuan (1983, p. 224) "que o sentido do lugar oferece a qualidade do equilíbrio do conhecimento e faz cada pessoa se sentir enraizado no lugar onde nasceu e habita."

*Doutor em Psicologia Universitat de Barcelona/España, professor titular do Mestrado em Psicologia da Universidade de Fortaleza - UNIFOR - Brasil. Pós-doutor em Leisure Studies pela Universidad de Deusto 2005-2006 Apoio CAPES.

**Doutora em Geografia e Desenvolvimento Regional pela UFSE. Professora do Mestrado em Geografia e do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará - UECE- Brasil.

A identidade com o lugar está nos significados dos que ali nascem e vivem, ao contrário nos lugares de passagem, onde não se tem história, há carência de significados gerando um sentimento oposto, o de estranheza. É este sentido de identidade que torna fácil distinguir quem e o que é francês, alemão, paulista, carioca, nordestino ou cearense. A relação pessoa-lugar é muito significativa e produz marcas indeléveis do lugar no indivíduo e, no caso do Ceará, constrói a chamada cearensidade - o jeito de ser cearense.

O Ceará é uma construção histórica, social, econômica e étnica. Explica Hall (2000, p. 13) que a identidade torna-se uma "celebração móvel" formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais os indivíduos são representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. E assim, definida historicamente. Neste processo, há um movimento contraditório de fazer e refazer, de produzir e reproduzir e de construir e desconstruir identidades, deslocadas pelas imposições históricas, acentuadas no mundo moderno, e cada vez maior na contemporaneidade. À medida que os sistemas de significações e de representações culturais se multiplicam, se é levado a reconstruir identidades. Vive-se um tempo em que as sociedades perdem cada vez mais os tradicionais costumes, velhos hábitos, gêneros de vida, profissões, e muitos paradigmas são substituídos por outros.

O Ceará, por exemplo, possui identidade agrária pelo processo histórico que passou, porém o processo recente lhe imprime, hoje, também uma identidade urbana, e mais recentemente re-elabora a identidade de espaço moderno e turístico. E os cearenses que estão inseridos neste processo mudam também aspectos na sua forma de ser, estar, fazer, sentir, pensar, e assim significam novas identificações. Muda-se o circunstancial, sem mudar o essencial, a cearensidade ou o jeito de ser cearense.

Território, Cultura e História e identidades no Ceará

Os cearenses formam um grupo cultural que configura sua existência através da ocupação de um lugar, de um espaço geográfico próprio, pois aí marcam as regras, normas de comportamento, vestuário, linguagens e ritos que atuam como deliberadores do acesso ao grupo, conferindo uma unidade que sugere uma identidade a seus integrantes. Ocorre interferência do território na identidade de um povo. Assim como o espaço também o tempo constitui um elemento fundamental na constituição de um grupo, pois a história faz remissão *ao que fomos* para chegar *ao que somos*. A história se refere à realidade que foi e a que deverá ser. (Martins, 2003, p. 44). Portanto, produzem-se culturalmente identidades individuais e coletivas vinculadas ao espaço e ao tempo.

Mostra Wallerstein (1999), que "cultura é a maneira de sintetizar as formas em que os grupos se distinguem de outros grupos, podendo haver subgrupos dentro deles". Assim, são diversas as identificações dentro do próprio Ceará, por exemplo: o jeito de ser dos caririenses, dos praianos, dos sertanejos, dos serranos, dos citadinos, dos interioranos, de cada classe trabalhadora, de cada classe profissional, são identificações diversas da cearensidade. Existe, portanto, uma multiplicidade de identificações no Ceará, dentre elas o Ceará tradicional, o moderno, o rico e o pobre, o dos políticos e o Ceará dos intelectuais. Portanto, o Ceará é uma construção, diálogos e conflitos. Explicando este processo de transformações e de mudanças dos lugares, Giddens afirma que:

(...) nas sociedades tradicionais o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque contêm e perpetuam a experiência de gerações. A tradição é o meio de lidar com o tempo e o espaço, inserindo qualquer atividade ou experiência

particular na continuidade do passado, presente e futuro, os quais, por sua vez, são estruturados por práticas sociais recorrentes. Nas sociedades modernas as práticas são constantemente examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre aquelas próprias práticas, alterando assim constitutivamente, seu caráter (1990, p. 37).

Enquanto as sociedades modernas primam pelas mudanças constantes impostas pelo acúmulo de informações, nas tradicionais as mudanças mais lentas consagram os espaços, os símbolos e a forma de ser, observando uma relação de apropriação maior do espaço e da identidade instituída. Observa-se na contemporaneidade que tudo é vulnerável e instável. A pressa, característica dos tempos atuais, desestabiliza os padrões, as culturas e as identidades. A abertura e a interconexão dos lugares e culturas colocando-os em redes contribuem para as transformações substanciais dos lugares e das pessoas, implicando em câmbios e novas apropriações. Por isto, se prefere utilizar o termo identificações, não desconsiderando a referência identidade. A essas rupturas, Laclau (1990) denomina "deslocamentos", pois ocorrem mudanças de centros de poder, de lugares, de atividades, de grupos hegemônicos, e de padrões culturais. No espaço cearense, as mudanças decorrentes das diversas formas de inovações criam novas identidades socioespaciais, desarticulando identidades estáveis do passado agregando-se a estas novas identificações.

Entender a identidade e as identificações do Ceará exige compreender o significado de suas políticas no contexto das produções espaciais, das transformações sociais e seu reatamento no território cearense, assim como a história de seus habitantes. As políticas cearenses fazem parte das políticas econômicas neoliberais e dos sistemas logísticos globais sob o comando de corporações e

bancos internacionais que, muitas vezes, se sobrepõem à lógica dos governos estaduais, e municipais, redirecionando-as para interesses globais, embora guardem relativamente especificidades regionais. Esse alinhamento do espaço cearense aos ditames do capital global exigiu inovações tecnológicas, redirecionamento de atividades, desprestigiou a agricultura tradicional para priorizar as atividades industriais e de serviços, produzindo uma nova identificação.

As políticas públicas visam imprimir modernidade ao espaço cearense e se desenrolaram mais sistematicamente a partir da década de 1990, período em que as transformações se instalaram mais intensamente no Ceará, correspondendo à chamada "era dos empresários", substituída da "era dos coronéis" (Coriolano, 1998). Por gerações consecutivas, o Ceará fora governado por militares, com interesses voltados para a realidade oligárquica rural, sob império de práticas clientelísticas que proporcionou ao lugar uma identidade rural. Na chamada fase empresarial iniciada em 1987, que ficou assim cognominada pelas sucessivas gestões estaduais comparadas às das empresas foi rompida a identidade rural e projetada uma identidade urbano-industrial.

Passa o território cearense a receber mais efetivamente tratamento dos governos estaduais, de empreendedores e gestores municipais para fazê-lo emergir como espaço urbano e, sobretudo, como pólo receptor de turismo no contexto do País e do mercado mundial. Desfigura a identidade de espaço tradicional, a imagem de pobreza e de estado agrícola. A identidade cearense é refeita ou re-significada, justificando novos interesses políticos e institucionais, e assim a indústria, os serviços especialmente o turismo entram na composição desta nova imagem do Estado. Consequentemente, esta nova identidade fez sobressair o espaço

tecnificado, urbanizado, agradável, ensolarado e acolhedor, propício ao turismo, produzido com a implantação da infraestrutura e o embelezamento de uma parte da cidade de Fortaleza, capital do Estado, em contradição com os espaços empobrecidos. Fortaleza passou a ser identificada como capital do sol, do vento, do sertão, do forró, do humor, do turista. A "cidade de água e sal", diz Linhares (1992), embora a pobreza e a miséria lhe façam contraponto.

O Ceará possui um espaço moderno formado pelos setores industriais e financeiros, com luxuosas áreas residenciais, rica rede hoteleira, mas, fazem-lhe contraponto municípios e bairros desassistidos e uma grande quantidade de favelas. Assim como o Ceará, o Nordeste brasileiro é conhecido mundialmente como um dos focos de pobreza da América Latina, e contraditoriamente elaboram uma nova identidade, buscam novas identificações vinculadas ao turismo, explorando os atrativos naturais e culturais, especialmente o sol e o mar.

Localizado nas proximidades do equador, o Ceará é uma área geográfica de grande luminosidade. Esta posição levou Conti (1997, p. 5) a afirmar que se trata de uma "área privilegiada em relação à incidência de radiação solar que faz acumular calor nessas latitudes, dotando-o de um excedente energético muito significativo em relação ao restante do planeta", portanto, de excelente clima tropical. O sol, que fora associado à identidade da seca e da pobreza, a partir de um *marketing* de turismo, passou a ser visto como um fator de incentivo aos fluxos turísticos, como um privilégio da natureza, servindo para a construção desta nova identificação. O Estado possuidor de aspectos geoambientais típicos do Polígono das Secas, no qual está inserido, com quase totalidade de seu território, portanto, no semi-árido, que mostra as marcas da semi-aridez, (ou seja, pequena alteração

nas estações: a das chuvas e da seca e uma temperatura que varia entre 28 e 33 graus *Celsius*, amenizada pelos ventos alísios), tenta construir outra identidade a partir da valorização desta nova visão de realidade.

A típica vegetação de caatinga, com predominância de plantas xerófilas que se acomoda e adapta-se para resistir à má distribuição pluviométrica, acinzentando-se e derrubando suas folhas (caducifólias), passou a mostrar seus encantos, porque se descobriu uma nova forma de explorá-la, colocando-a nos roteiros do turismo sertanejo. Assim, a variedade de juremas, o marmeleiro, o mofumbo, o pau d'arco - ipê, o juazeiro sempre verde e resistente -, pois consegue pegar água no subsolo - a barriguda, para não citar toda a rica flora cearense, passaram a ser vistas como veredas dos sertões nordestinos, que guardam trilhas para turistas rurais ou ecoturistas.

A Capital cearense pode ser considerada uma cidade de migrantes, pois mais da metade de sua população provém do interior do Estado (IPLANCE, 1997). O sertão cearense esvaziou-se e sua capital passou pelo processo de "inchamento" urbano, ou dito de forma melhor macrocefalia¹.

O Estado segue o modelo de desenvolvimento adotado pela Federação - o urbano-industrial, privilegiando especialmente a metrópole. Implementou-se política desenvolvimentista no interior, instalando seis agropólos², deixando boa parte das áreas sertanejas sem serem contempladas, reforçando a necessidade de o sertanejo migrar, pois apenas poucos (menos de 30%) permanecem no campo e suportam as agruras da fome e da falta d'água, mantendo a identidade rural que ratifica o sujeito da seca.

Aquele que veio para a cidade tenta agregar à sua identidade sertaneja os valores das identificações que encontra no

¹Crescimento desmesurado da Capital em detrimento dos demais municípios do Estado.

²Agropólos do baixo Acaraú, da Ibiapaba, baixo Jaguaribe, Centro Sul, do Cariri e o Metropolitano.

ambiente urbano industrial periférico, e aí se elabora um "caboclo urbano".

A modernização da agricultura deu prioridade às atividades de comércio externo e não de consumo da população local (cotonicultura, cajucultura, fruticulturas, culturas de milho híbrido de sequeiro, produtos agropecuários e de pecuária nas bacias leiteiras) estão voltadas ao comércio externo e não ao consumo da população local. As atividades agrícolas tradicionais foram substituídas pelas agroindustriais. O Ceará industrial também se voltou para exportação (de calçados, amêndoas de castanhas-de-caju, camarão, produtos têxteis, couros, peles e lagosta) (IPECE, 2003), desprezando as atividades que geravam alimento para muitos cearenses, especialmente o sertanejo. De produtor de subsistência transformou-se em exportador de alimentos apesar da existência de muitas terras férteis, mas improdutivas. Aos poucos o Ceará rural, sofrido e solidário perde esta identidade para se fazer o Ceará urbano, individualista, mercantil, consumista.

Não se pode negar que a Região Metropolitana de Fortaleza é uma das que mais cresce no País, abriga um pólo industrial têxtil em expansão e emerge como centro turístico em destaque, competindo com outros destinos tropicais. As condições geográficas foram trabalhadas nas políticas e nos planos governamentais para favorecer o turismo, como, por exemplo, a longitude da costa, suas condições geomorfológicas e variedade de espaços geográficos inexplorado pelo capitalismo. O turismo é uma invenção cultural direcionada àqueles que buscam o inédito, o desconhecido, o exótico e, sobretudo, o contato com a natureza e manifestações culturais.

O Ceará é considerado especial pelos planejadores do turismo devido a seus geossistemas litorâneos, sertanejos e seus maciços residuais. Constitui uma oferta turística diversificada e atrativa de demanda de cearenses residentes em outras unidades da

Federação, que evoluiu consideravelmente na última década, embora relativamente ao mercado nacional e internacional ainda cresça de forma tímida.

A configuração física do território, o clima, as formas de relevo, a planície litorânea - onde estão Fortaleza e os principais pólos receptores de turismo, na costa do Atlântico Sul, com seus 573 km de praias, contribuem de forma fundamental para a elaboração da nova imagem cearense. No Estado, assim como no Nordeste brasileiro, o litoral, a despeito de qualquer crítica ao turismo de sol e praia, é a principal área de captação de lazer e turismo. Os litorais são áreas de concentração demográfica em todo o mundo, que atraem demandas, independentemente de qualquer artifício, e, se preservados, garantem os fluxos turístico ao Estado.

Fortaleza, a capital cearense, é identificada como um centro turístico emergente, que possui infra-estrutura para o turismo, destacando-se um aeroporto internacional que dispõe de vôos regulares e *charters* nacionais e internacionais³, uma rede hoteleira bem equipada, considerada uma das mais modernas do País, até por ser bem recente, com 19.579 leitos⁴ (SETUR, 2002), várias agências de viagem e turismo⁵. Os elementos naturais, históricos, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, eventos, acontecimentos programados, monumentos arquitetônicos, festas populares, gastronomia, artesanato, músicas, feiras, são aspectos culturais do povo cearense que também motivam o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. A cultura cearense ainda não foi devidamente valorizada pelo turismo, não se compreendeu plenamente sua importância. O povo cearense que deveria estar incluído no centro da atividade turística é excluído. Afinal, a política insiste em tecnificar os

³Operando as empresas aéreas: TAP, VARIG, Cabo Verde Airlines, AIR LUXOR, TAM, Martinair, GOL.

⁴Muitos desses hotéis e flats pertencem a cadeias hoteleiras internacionais como: Bass Hotel and Resort (Holiday Inn), Best Western, Delphia, Grupo Accor (IBIS, Mercure), Grupo Posadas (Caesar Park), Nort ad Hotéis, Sol Meliá, Vila Galé.

⁵Sendo as maiores: CVC, ERNANITUR, Alas Viagens, Brasil Classe A, Viagens Visual, ACCOR, LUXTRAVEL, Multistar, Vitória Tours (Revista A Próxima Viagem, 2001).

espaços e sofisticá-los por acreditar ser o melhor para o turismo, desmerecendo a cultura local.

O Ceará, especialmente a cidade de Fortaleza, possui patrimônio histórico, com acervo arquitetônico predominantemente eclético, com traços marcantes do estilo art-nouveau, clássico, neoclássico e art-déco. O patrimônio imaterial revela traços das culturas indígena, negra e européia, resultado dessa miscigenação. Não se conseguiu mostrar as especificidades da identidade do sertão que são as identificações dos sertanejos cearenses, pois no contexto existe uma relação de menor valor com tais expressões, negando parte da história dos cearenses, que na grande maioria desconhece esta história, sendo incapaz de narrar, contar ou explicá-la aos visitantes.

Até o século XIX, Fortaleza, a capital do Estado, era uma cidade sem expressão urbana e econômica. Somente na segunda metade do século XX começou a sofrer intensa transformação, no papel de centro coletor e exportador do algodão produzido no sertão. A grande procura pelo algodão cearense decorreu da suspensão temporária da demanda do algodão norte-americano para a Europa, causada pela eclosão da Guerra de Secessão nos EUA. Identificações do sertão e do rural como: gado, curral, vaqueiro, caatinga, seca, assim como simplicidade, liberdade, desapego, destemor, solidariedade e religiosidade são signos autênticos da cearensidade sertaneja que resiste no homem citadino, mesclando-se com outras identificações, a dos colonizadores.

A capital recebeu influência francesa da *belle époque* e do ecletismo. De acordo com Ponte (2000), a *belle époque* foi uma expressão francesa adotada para traduzir a euforia européia com as novidades extasiantes decorrentes da revolução científico-tecnológica entre os anos 1850 a 1870, que influiu na forma de ser do cearense. Acrescenta Oriá (2000, p. 243) que:

...o ecletismo como estilo arquitetônico se fixava num desejo de conciliação de velhos estilos com inovações tecnológicas oriundas da Revolução Industrial, com a utilização do ferro, do aço e de estruturas pré-moldadas nas construções

Quando foram construídos os mercados de ferro na Capital. As construções em Fortaleza, Sobral, Icó, Aquiraz, Aracati e Viçosa do Ceará são marcos arquitetônicos desta época e atualmente são os principais destaques do patrimônio histórico do Estado, e parte do atrativo turístico.

Turismo: novas imagens, outras identidades

Na contemporaneidade cearense, este novo determinante - o turismo - elabora identificações para o Estado com espaços de novas territorialidades do turismo na Capital e no litoral cearense. Na Capital, a orla marítima é privilegiada, possuindo espaços seletos, embelezados com luzes e neons, lojas luxuosas, ostentando grifes internacionais, uma variedade de *shopping centers* cheios de requinte e luxo para deleite dos visitantes; boas casas de restauração, como restaurantes, cafés, casas-de-chá, lanchonetes, lugares aconchegantes, onde se pode encontrar desde as comidas mais refinadas da cozinha internacional até os diferenciados sabores da cozinha cearense, além dos variados espaços para lazer. Os espaços do turismo mostram a parte rica da Cidade, apresentam beleza e acolhimento e encanta aos turistas. Fortaleza metamorfoseou-se para receber visitantes. Outras territorialidades turísticas são encontradas no litoral, com a presença dos grandes hotéis, dos *resorts*, dos parques aquáticos que expropriam os residentes tradicionais, privatizam, constroem e direcionam lugares para os turistas. Numa leitura aparente do espaço cearense, poder-se-ia falar da existência de vários

Cearás e Fortalezas, embora reconhecendo que essa produção é resultado de um mesmo processo desigual e combinado que produz contradições socioespaciais, pois a sociedade que exclui é a mesma que inclui.

As políticas públicas cearenses estão voltadas para a construção dessa nova identidade, tentando solucionar os inúmeros problemas sociais. Algumas iniciativas de cunho assistencialista, de ordem paliativa emergem, sem modificar a estrutura de graves problemas que afetam o Estado, especialmente a Capital. O Ceará é caracterizado por uma sociedade de privilégios, com mobilidade social restrita e possuidor de uma das maiores segregações sociais do País, que, por sua vez, também lidera o *ranking* de concentração de renda da América Latina, segundo relatório do Banco Mundial divulgado nos *media* televisivos, em outubro de 2003. O sistema político ainda se sustenta no paternalismo; apesar do discurso revelar uma ruptura com as oligarquias agrárias, refaz-se com base urbana e industrial. Os problemas sociais, como os da educação, saúde e ocupação do solo urbano, recebem baixa prioridade, sendo também secundarizados os problemas fundiários, de habitação popular e demais serviços públicos no Estado.

Nas últimas décadas, foi construída uma referência discursiva sobre o turismo, levando a considerar seus impactos positivos no crescimento econômico, na geração de emprego e renda e na contribuição ao desenvolvimento do Estado. Essas idéias foram repetidas e tornaram-se discurso coletivo, pois permeou a fala dos sujeitos sociais do turismo: dos governos, dos empresários e mesmo das comunidades, correndo o risco de se transformarem em discurso sem significado, vazio e desacreditado. Para Ortega e Gasset (1973, p. 296), muitos discursos são idéias que se tornam vigências "ou opiniões estabelecidas, que não atuam aquelas suas

possíveis qualidades. O que atua é simplesmente a sua pressão mecânica sobre todos os indivíduos, a sua coação sem alma, são as opiniões reinantes". As vigências são, para esse teórico, usos, idéias, jargões estabelecidos, que não necessitam de apoio e amparo por parte de indivíduos ou grupos determinados. Pelo contrário, impõem-se a todos e exercem sobre todos a sua pressão.

A política pública cearense, identificada pelo ajustamento à moralização, racionalização técnica, recuperação das finanças estaduais, contribuiu para mudança da imagem do Governo, e da nova identidade do Estado. Como desdobramento, foi implantada parte da infra-estrutura econômica da modernidade institucional, reforçando o estilo empresarial. O Ceará mudou radicalmente, atendendo aos princípios filosóficos da proposta governamental: moralizar e produzir nova imagem do Estado, modernizar e industrializar. A gestão pública mais recente⁶ introduziu um novo elemento identitário ao discurso oficial - a inclusão social - comprometendo-se a preencher lacunas deixadas pela exclusão, prometendo a inclusão social.

A compreensão do Ceará impõe ao pesquisador "a necessidade de superar o impacto das visões impressionistas, frutos da proximidade de tempo e lugar em relação ao objeto observado e da própria versão que o poder fez de si." (Barreira, 2002, p. 63). Superar a tendência discursiva de naturalizar o determinado pelos interesses políticos e econômicos que prioriza o discurso da "vocaçãõ natural", mas descobrir outras "vocações" ou determinações econômicas e políticas. À medida que é produzida a nova identidade do Ceará moderno, racional no uso da máquina estatal, eficiente na gestão administrativa, saneado em suas finanças, divulga-se a imagem do litoral com belas e conservadas praias, propícias ao turismo.

⁶A gestão mais recente compreende os anos de 2003, indo até 2006 - com o Plano Ceará Cidadania: Crescimento com Inclusão Social.

O Ceará passou, portanto, por mudanças qualitativas, na área econômica, embora nem sempre acompanhada por grandes mudanças sociais, além de reduzidas oportunidade de participação popular na liberdade da pobreza e dos graves problemas sociais. Diminuíram as taxas de mortalidade infantil, aumentaram as taxas de escolaridade de crianças e adultos, é verdade, mas as de emprego e poder aquisitivo dos trabalhadores não conseguem alargar-se para a maioria. Investir em mudanças sociais implicaria desacelerar o processo de acumulação na mão de poucos e encontrar formas de ocupação e trabalho fora do modelo neoliberal, que permitam esse objetivo, aproximando os discursos das práticas políticas.

Contudo, pode-se afirmar que o Ceará construiu uma nova identidade, realizou vários deslocamentos, e muitos deles positivos. Desarticulou identidades estáveis do passado, e produziu novas vinculadas ao processo de modernidade. Contraditoriamente, produz novas identidades globais e locais, ocorrendo o que afirma Hall (2000, p. 77) :

(...) há uma fascinação com as diferenças (...). A homogeneização cultural é o grito angustiado daqueles que estão convencidos de que a globalização ameaça solapar identidades e a unidade das culturas nacionais. Entretanto, como visão do futuro das identidades num mundo pós-moderno, este quadro da forma como é colocado, é simplista, exagerado e unilateral.

Com efeito, o processo é complexo porque a globalização contraditoriamente reforça as identidades diferenciadas, exigindo necessariamente maior fortalecimento das identidades locais. Esta é uma síntese identitária do Estado do Ceará, cuja política econômica quer buscar no turismo uma das oportunidades de desenvolvimento, de mudança de identidade dos espaços cearenses.

A nova cearensidade, a guisa de reflexão final

No Ceará, vivem cerca de 7.430.661 pessoas (IBGE, 2000), havendo uma distribuição quase igualitária entre homens e mulheres, pois o predomínio destas sobre aqueles é muito pequeno. Esse povo acolhedor, sofrido, "que interiorizou na alma o caráter da fraternidade e da hospitalidade" (Lima, 1996, p.196), está espalhado irregularmente em 184 municípios. A hospitalidade cearense é um dos nobres sentimentos deste povo receptivo, que sabe acolher. Este modo de ser vai se esgarçando por alguns não valorizarem a hospitalidade no turismo, mas sim o profissionalismo. Como não fosse possível unir um ao outro. O primeiro é sentimento, valor e o segundo é habilidade técnica. Só esta não basta, receber bem implica em ser caloroso, ter empatia e isto o cearense sabe fazer muito bem, mesmo com sua irreverência. Lembra Trigo (1998, p. 39) que só dinheiro e equipamentos não bastam, as pessoas são fundamentais. Com *gente* é preciso ter sentimento e sensibilidade. São necessários reflexões e estudos sistemáticos sobre os relacionamentos humanos. Não é de admirar que a Ásia tenha se tornado padrão de excelência em serviços no mundo todo, especialmente em turismo. Eles prezam a educação e o pensamento, preocupam-se com detalhes minuciosos e típicos dos que entendem de problemas humanos para inseri-los na agenda de rotinas.

Predomina em Fortaleza, a população urbana, havendo bairros que possuem mais habitantes do que a maior parte dos pequenos municípios. A distribuição demográfica mostra uma concentração de 45,92% das pessoas residindo em pequenos municípios de até 50 mil habitantes, que são também maioria no quantitativo de municípios, 88,6% do total. A população que reside em municípios de tamanho médio (50

a 210 mil hab) é numerosa, com quase 1,7 milhão, representando 25% do total. Dentre estes municípios, destacam-se dois na região metropolitana, Caucaia e Maracanaú, mais Juazeiro do Norte e Sobral, caracterizando uma rede urbana incompleta. Portanto, apesar de urbana, metade da população cearense é interiorana, com os padrões culturais vinculados ao sertão, com identidade sertaneja.

Fortaleza é o maior município, cuja concentração populacional, em torno de pouco mais de 2 milhões, corresponde a 29% da população do Estado, com diferença acentuada para o segundo maior município, que é Caucaia, com 209.150 habitantes, correspondendo a 2,98% do total (CEARÁ, 2002, p. 28). Conforme esse documento oficial, há grande disparidade entre ricos e pobres, pois 44,6 % da população vivem ou sobrevivem com até meio salário mínimo - SM; 25,0 % com $\frac{1}{2}$ a 1 SM; 14,5% com 1 a 2 SM; 4,8% com 2 a 3 SM; 3, 8% obtêm renda de 3 a 5 SM e, apenas 3,9% ganham acima de 5 SM. Nesses 3,9%, estão aqueles que detêm a riqueza do Estado, que está concentrada na mão de poucos grupos econômicos.

A cearensidade criou identificações como o sertanejo - o homem forte - de Euclides da Cunha, o caboclo das fazendas de gado, cheios de fé como escreveu Raquel de Queirós, o sofredor das agruras da seca recitado por Patativa, o divertido e brincalhão, irreverente representado pelos humoristas, dentre muitas outras. Isto revela os diversos modos de ser do cearense, que reúne pré-requisitos de pessoa tradicional e moderna ao acolher prazerosamente o visitante. A miscigenação deu-lhe originalidade revelada nos comportamentos culturais: variantes de relações com a terra e com o mar, na pecuária, na agricultura, na pesca ou nos serviços urbanos, e no atendimento ao turista. Produziu uma variedade cultural influenciada pelas raças

indígena, negra e a branca (européia) colonizadora. E dessa junção derivou a riqueza cultural desse povo, sua personalidade cultural, as identificações contidas na expressão da cultura local.

Assim, não se pode esquecer as raízes culturais, há que se preservar a essência cultural com todo cuidado e respeito, descobrir seu valor primeiro para a comunidade. Adaptá-la a padrões turísticos sem descaracterizá-la, pois o patrimônio cultural (impresso em cada expressão cultural, arquitetura, estilos, sotaque, gastronomia, festas, danças, música, crenças), está aliado às características do espaço físico para caracterizar o diferente. É este diferente que se transforma em atrativo por sua essência, por ser como é, e por preservar as identificações do passado e do presente. Segundo Baztan (1993, p.643) não é interessante internacionalizar a comida, nem menosprezar um baile popular para se adequar a tendências ditas características dos grandes centros. Uma cultura despersonalizada, asséptica, *neutra* não contribui para o desenvolvimento qualitativo do turismo, mas sim fomenta a produção industrial em série que pode destruir a própria essência do turismo.

O importante atrativo do Ceará não é apenas seu litoral, mas sua cultura, aquela que se desenvolveu no espaço em que o povo singularmente elaborou e a partir de sua história transformou em identidade, contando-se desde o passado até o agora através desse patrimônio que se projeta ao futuro, em essência e base das identificações do ontem, do agora e do devir. O turismo pode, cada vez mais, fortalecer a cultura e identificações do Ceará, desde que os cearenses compreendam e exijam isto. No modelo de turismo onde se fabricam cenários, criam ilusões e se faz marketing daquilo que não é, ou do que não se tem, para promover a atividade, mais cedo ou mais tarde esse

discurso declina e aparece a verdade. "Só se pode dar o que se tem" diz o saber popular, ensinando que a verdade de ser é a verdade da construção de todas as identificações. Afinal, a interpretação do patrimônio cultural parte dos significados dados pelo povo. Carvalho (2003), no livro sobre ensaios da cultura cearense, nos oferece uma síntese:

(...) apesar de tudo, cantamos, aboiamos, dançamos forró, contamos história e nunca perdemos a fé (...) naturalizamos as oligarquias, temos uma relação cordial com velhos e novos coronéis, e banalizamos o nepotismo ao ponto de perdermos a indignação com a corrupção (...) fazemos do êxodo uma fuga e a possibilidade do eterno retorno. Na verdade ninguém sai daqui, e volta-se sempre como numa peregrinação. (...). Nossa pobreza e feiúra nos incomodam, ainda que, muitas vezes, sejamos cúmplices e reforçemos a caricatura que fazem de nós. Tentamos, inutilmente, colocar o lúmpen debaixo do tapete e sobre ele construir shoppings, abrir franquias e inaugurar restaurantes temáticos, cenografias de taipas. Estaremos convivendo com as adversidades até que, um dia, tudo mude, sem messianismos, a partir da rejeição de símbolos, mitos e heróis e não de sua substituição por outro (p. 7).

Assim, aparece ao exigente observador a imagem da cearensidade, um jeito de ser original, empurrado pela história, pela vergonha, pela exploração, pelos que chegam, pelos que vão, pelos novos e velhos coronéis, masseja o que for, cremos que jamais deixaremos de ser divertidos sertanejos com sede de mar e chuva.

Referências Bibliográficas

- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO CEARÁ. 1996/1997.[s.l:s.n], 1999.
- BARREIRA, I. A. F. **Pensamento, palavras e obras**. In: PARENTE, J.; ARRUDA J. M: A Era Jereissati. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2002.
- BAZTAN, A. A. **Dicionário Temático de Antropologia**. Barcelona, 1993.
- BOSI, Alfredo. **Plural, mas não caótico**. In: BOSI, A. Cultura Brasileira: temas e situações. São Paulo: Ática, 1992.
- BOSI, E. **Cultura e Desenraizamento**. In: BOSI, A. A. Cultura Brasileira: temas e situações. São Paulo: Ática, 1992.
- CARVALHO, G. **Tem, mas tá faltando**. In: CARVALHO, G. (Org) Bonito pra Chover. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 2003.
- SECRETARIA DE PLANEJAMENTO DO CEARÁ. **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Ceará. Consolidando o novo Ceará - 1999**. Fortaleza: SEPLAN-CE, 2002.
- CLAVAL, P. **La géographie culturelle**. Paris: Nathan, 1995.
- CONTI, J. B. **A natureza nos caminhos do turismo**. In: RODRIGUES, A.B. Turismo e ambiente: reflexões e propostas. São Paulo: Hucitec, 1997.
- CORIOLOANO, L. N. M. T. **Do Local ao Global: o Turismo Litorâneo Cearense**. Campinas: Papirus, 1998.
- CORIOLOANO, L. N. M. T. **Do Local ao Global: O turismo litorâneo cearense**. Campinas: Papirus, 1998.
- GIDDENS, A. **The Consequences of Modernity**. Cambridge: Polity Press, 1990.
- HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- IPLANCE. 1º Plano integrado de desenvolvimento turístico do Estado do Ceará. Fortaleza: 1979.
- LACLAU, E. **New reflections on the Resolution of our Time**. Londres: Verso, 1990.
- LIMA, L. CRUZ. O planejamento regional ajuda o turismo? In: YAZIGI, E. Turismo, espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.
- LINHARES, P. **Cidade de água e sal**. Fortaleza: Fundação D. Rocha, 1992.
- LIPIETZ, A. **O Capital e seu Espaço**. São Paulo: Nobel, 1988.

- MARTINS, C. **Identidade: Percepção e Contexto**. In: MARTINS, C. Turismo, Cultura e Identidade. São Paulo: Roca, 2003.
- MERCER, K. **Welcome to the jungle**. In: RUTHERFORD, J. Identity. Londres: Lawrence and Wishart, 1990.
- ORIÁ, R. **Fortaleza: os lugares de memória**. In: SOUZA, S. (org.). Uma nova história do Ceará. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.
- ORTEGA y GASSET, J. **O Homem e a gente - Inter-Comunicação Humana**. Rio de Janeiro: Ibero-Americano, 1973.
- PONTE, S. R. **A Belle Époque em Fortaleza: remodelação e controle**. In: SOUZA, S. (org.). Uma nova História do Ceará. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2000.
- SANTOS, M. **Guerra dois Lugares (1999)**. In: GONÇALVES, C. V. P. O País Distorcido. São Paulo: Publifolha, 2002.
- SANTOS, M. **Espaço e sociedade**. Petrópolis: Vozes, 1979.
- _____. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.
- _____. **Técnica Espaço Tempo**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- _____. **Por uma Globalização mais humana**. Folha de São Paulo: Caderno Mais. 30/1195.
- _____. **A natureza do espaço: técnica e tempo - razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SETUR-CEARÁ. **Alta estação 2001/02: movimento no período de 01 a 14 de janeiro de 2002**. Fortaleza, [s.n] 2002.
- _____. **Alta estação 2001/02: movimento no mês de dezembro de 2001**. Fortaleza, 2002.
- _____. **Manual de informações turísticas**. Fortaleza: 2000.
- SMITH, A. D. **Para uma Cultura Global**. In: FEATHERSTONE, M. Cultura Global. Petrópolis: Vozes, 1999.
- TRIGO, L. G. **A Sociedade Pós - Industrial e o Profissional em Turismo**. Campinas: Papirus, 1998.
- TUAN, Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: DIFEL, 1983.
- WALLERSTEIN, I. **A cultura como campo de batalha ideológico do sistema mundial moderno**. In: FEATHERSTONE, M. (org.). Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

Cronologia do processo editorial:

Recebimento do artigo:	22-mai-2008
Envio ao parecerista:	01-set-2008
Recebimento do parecer:	04-set-2008
Envio para revisão do autor:	05-set-2008
Recebimento do artigo revisado:	28-set-2008
Aceite:	28-set-2008