



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI  
CAMPUS PROFESSOR ALEXANDRE ALVES DE OLIVEIRA  
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM HISTÓRIA**

NALANDA DOS SANTOS NASCIMENTO

**PEDRAL POR UM DEVIR PARADISÍACO: ANALISANDO A MÚSICA "PEDRA DO SAL" EM SEU ESFORÇO PARA A CRIAÇÃO DE UMA PRAIA PARAÍSO.**

**PARNAÍBA-PI  
2024**

**NALANDA DOS SANTOS NASCIMENTO****PEDRAL POR UM DEVIR PARADISÍACO: ANALISANDO A MÚSICA "PEDRA DO SAL" EM SEU ESFORÇO PARA A CRIAÇÃO DE UMA PRAIA PARAÍSO.**

Artigo apresentado à Universidade Estadual do Piauí, campus Professor Alexandre Alves de Oliveira, como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciatura Plena em História.  
Orientador(a): Dr. Idelmar Gomes Cavalcante Júnior

**PARNAÍBA-PI**

Dedico este trabalho, primeiramente, aos meus pais, Mercedes e Fernando, e as minhas duas avós, Maria de Lourdes e Maria Darcy.

## AGRADECIMENTOS

A caminhada até esses últimos parágrafos foi árdua em vários sentidos, entretanto deixar de agradecer algumas pessoas que estiveram junto a mim nesses últimos anos não é uma opção. Como minha mãe diria “agradeça primeiramente a Deus” e estou aqui agradecendo a ele e a qualquer outro tipo de entidade de luz que tenha me guiado até aqui. O processo que foi essa licenciatura me transformou em alguém que nem imaginei ser um dia, as pessoas em que esbarrei em meio a todo ele foram essenciais para que minha sanidade se mantivesse de maneira mínima, Eulália e Thais, vocês nem sabem a gratidão que sinto por ter conhecido vocês duas, foram meu porto seguro em tantas circunstâncias que não poderia nem com um milhão de palavras agradecer por tudo, Mãe e Pai (Mercedes e Fernando) vocês fizeram por mim muito mais que eu poderia pedir, até mesmo em meio a todo os caos no qual estamos inseridos tentando lutar contra uma doença que não temos controle nenhum, vocês independente do momento estiveram aqui. Helen, não poderia esquecer em momento algum de você e o quão foi importante para o meu crescimento pessoal e profissional, ser sua dupla e poder compartilhar com você a experiência de chão de escola foi crucial e transformador, obrigada. E por fim, pois já me prolonguei mais que acredito ser necessário, deixo uma agradecimento para as minhas duas falecidas avós, Maria de Lourdes Rodrigues Santos e Maria Darci Silva, a primeira, mesmo que tenha nos deixando após uma batalha contra o câncer me mostrou valores necessários para que eu me tornasse uma boa pessoa, não tão boa quanto ela, mas estou tentando, e a segunda minha vó Darci, que me deixou de repente, sem se despedir, mas que sempre me apoiou e abrigou em momentos que achei que não conseguiria suportar.

Agradeço também aos meus professores, especialmente ao professor Felipe que sempre esteve ao lado da nossa turma em tantos momentos e ao meu orientador professor Idelmar, por toda a paciência até aqui. Além disso, não poderia deixar de agradecer Pedro Vagner, sem seus artigos eu provavelmente não teria chegado até aqui.

E por fim, não poderia deixar de agradecer a Pedra do Sal, que é minha casa, que me acolheu, me inspirou e me fez acreditar que mesmo em momentos difíceis podemos prosperar.

## **PEDRAL POR UM DEVIR PARADISÍACO: ANALISANDO A MÚSICA "PEDRA DO SAL" EM SEU ESFORÇO PARA A CRIAÇÃO DE UMA PRAIA PARAÍSO.**

*Nalanda dos Santos Nascimento<sup>1</sup>*

*Idelmar Gomes Cavalcante Júnior<sup>2</sup>*

### **RESUMO**

#### **Resumo:**

O presente trabalho busca fazer uma breve análise sobre a música *Pedra do Sal* de Teófilo Lima e sua contribuição para a construção de uma imagem paradisíaca para a praia da Pedra do Sal, em Parnaíba, no Piauí. O objetivo dessa análise é observar se a mesma tem poder para construir e concretizar essa imagem ou se há a necessidade de outros auxílios para que isso aconteça. Os métodos utilizados ao longo deste trabalho são recursos bibliográficos, imagens e uma entrevista com Teófilo Lima, músico, produtor musical, apresentador e criador de *Pedra do Sal*. Para que assim haja um melhor entendimento sobre a temática explorada no trabalho, observando se há, já houve ou não uma real contribuição para a construção de uma imagem paradisíaca da praia da Pedra do Sal.

**Palavras-Chave:** *Praia; Local; Paradisíaco; Pedra do Sal; Música; Teófilo Lima.*

#### **Abstract:**

This paper aims to briefly analyze the song *Pedra do Sal* by Teófilo Lima and its contribution to the construction of a paradisiacal image for Pedra do Sal beach, in Parnaíba, Piauí. The objective of this analysis is to observe whether it has the power to construct and materialize this image or whether other aids are needed for this to happen. The methods used throughout this work are bibliographical resources, images and an interview with Teófilo Lima, musician, music producer, presenter and creator of *Pedra do Sal*. In order to better understand the theme explored in the work, observing whether or not there has been a real contribution to the construction of a paradisiacal image of Pedra do Sal beach.

**KeyWords:** *Beach; Local; Paradisiacial; Pedra do Sal; Music; Teófilo Lima.*

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como finalidade fazer uma breve análise da música *Pedra do Sal*, publicada no ano de 2001 por Teófilo Lima em seu álbum intitulado *Con Fusão*, bem como refletir sobre como a mesma influência para a construção de uma imagem paradisíaca da praia da Pedra do Sal, situada em Parnaíba, Piauí. A música , que leva o nome da praia, por sua vez, foi inspirada nas belezas naturais e na atmosfera peculiar do espaço, evidenciando a intensa relação do artista com a região, deixando evidente o lado afetivo da canção.

A Praia da Pedra do Sal, retratada pelo autor da música, se destaca por ser a única praia pertencente à cidade de Parnaíba e por suas formidáveis formações rochosas que são os pontos mais característicos do local. Essas formações rochosas, o esplendoroso pôr do sol e o mar com suas características particulares aparecem como elementos constitutivos da canção de Teófilo Lima, quando são destacados de forma poética e metafórica.

A praia como objeto de lazer é algo moderno e vem sendo presente no consumo de muitas pessoas desde meados do final do século XIX, antes como um local usado para tratar enfermidades e depois como um lugar voltado para a recreação e socialização (Urano, 2015). Contemporâneo a isso, a praia da Pedra do Sal já era considerada uma praia com potencial turístico, voltada para o descanso e contemplação da natureza, uma qualidade que Lima (2001) bem captou em sua música, sublinhando a particularidade e a beleza singular da praia da Pedra do Sal em cada verso, para além de suas qualidades naturais. A partir disso, a música evidencia não só o quanto essas características são celebradas, embora também contrabalance a forma que a praia pode ser apreciada por seus habitantes e visitantes. É importante ressaltar a importância da entrevista feita com Teófilo Lima acerca da música objeto de estudo deste trabalho, que foi fundamental para que o mesmo se concretizasse.

Entretanto, para que se potencialize uma imagem paradisíaca, há a necessidade que se tenha muitos fatores interligados para a construção e concretização de tal feito. Investimentos tanto públicos como privados são essenciais para a construção sólida de uma imagem paradisíaca, e para que se torne roteiro turístico e objeto de desejo de terceiros. A mídia vem sendo um dos investimentos mais eficazes para essas construções, já que a mesma permite uma melhor repercussão e atração de consumidores e curiosos, como no caso de muitas praias

no litoral nordestino. Há exemplos dispostos de maneira mais detalhada nos tópicos seguintes que trazem as praias de Jericoacoara, Canoa Quebrada, Carneiros e Barra Grande, as duas primeiras situadas no estado do Ceará, a terceira em Pernambuco e a última no Piauí, assim como a Pedra do Sal.

Dessa forma, o exame da obra musical de Teófilo Lima expressa que a compreensão do que é o paraíso pode ser bastante diversa; para uns, a beleza do cenário Praia da Pedra do Sal poderia ser saboreada em razão da tranquilidade e do contato com a natureza viva, elementos que Lima foi capaz de traduzir em sua arte; para outros, a beleza poderia estar em suas possibilidades de comércio e turismo, que ainda estão em aberto. A utilização e a percepção de cada lugar, portanto, dependem diretamente de interesses individuais. Para alguns grupos, sendo compostos por moradores ou apreciadores do espaço, a praia da Pedra do Sal pode ser vista como um lugar para a celebração das suas qualidades intrínsecas, ou ainda das suas qualidades culturais, enquanto outros, como turistas, talvez, vejam nela uma ocasião para a aventura no seu aproveitamento econômico.

A modernização e o desenvolvimento da infraestrutura são questões cuja intersecção a cada geração vai aguardando resposta e cuja complexidade e urgência enriquecem ainda mais este debate. Entretanto, é importante ressaltar que, apesar de um grande esforço de *Pedra do Sal*, a mesma sozinha não constrói uma imagem paradisíaca de sua fonte de inspiração, a demanda é maior do que a música em questão pode suprir, já que exige diversos elementos necessários para tal feito.

Certamente tratar da relação história e música como um campo de investigação historiográfica é algo não muito frequente, principalmente devido aos diversos aspectos que permeiam questões teórico-metodológicas envolvidas na produção científica delimitada pelo assunto em questão. A relação acadêmica entre a História e a música é algo que existe de fato, porém, sabe-se que não é uma combinação muito frequente, principalmente quando se trata da música popular. E também é uma atividade recente, pois nem sempre a historiografia se preocupou em utilizar a música e a canção popular como fonte e objeto de estudos no desenvolvimento de novas pesquisas (Manoel, 2014, p. 1).

Ou seja, há diversos desafios ao utilizar a música como objeto de estudo, principalmente quando há tão poucos exemplos, por ser uma atividade tão recente no meio historiográfico. A música para o referido trabalho é resumidamente uma forma de destacar a importância da valorização da praia da Pedra do Sal, tanto natural quanto cultural. Através da letra de Teófilo Lima, que celebra o local e suas características únicas, além de uma conexão mística que a praia possui e atrai seus admiradores. A música a ser estudada pode ser vista como saudação ao lugar, que ajuda a refletir sobre a significância e potencial do local, para todos que o contemplam.

Dessa forma, a presente pesquisa pretende analisar como a música *Pedra do Sal* contribui para a construção de uma imagem paradisíaca da praia da Pedra do Sal. A reflexão que este trabalho está proporcionando não se reduz apenas à discussão sobre a leitura de uma partitura de uma composição musical, mas se expande no sentido da necessidade de uma observação mais cuidadosa e comprometida no aproveitamento da Praia da Pedra do Sal, na perspectiva do respeito a seu caráter ambiental e cultural.

## **1 A CONSTRUÇÃO DA PRAIA COMO OBJETO DE LAZER.**

A praia sempre foi um refúgio, usada para curar, seja a doença ou desconforto que for, na medicina ou na aventura o ambiente de praia assiduamente foi utilizado para sanar as necessidades que se tinham. Urano (2015), observa que desde o final do século XIX o litoral foi utilizado no ocidente como algo terapêutico, mas ao passar do tempo, com o crescimento do costume do banho de mar, o lazer veio junto pela possibilidade de socializar com outros frequentadores do espaço, contribuindo para que o hábito se tornasse cada vez mais popular entre as pessoas.

O uso recreativo da praia, seja ele como inspiração para artista, como momento de lazer, entre outros que podem existir, são relativamente novos e um costume que surgiu na Europa e foi espalhado mundialmente. Representando a forma com que as pessoas transformam a cada momento a forma que veem o ambiente praiano. Refletindo assim as influências culturais e globais, além do aprimoramento do uso da praia como lazer com o passar do tempo. Transformando o local em algo que não se limita apenas ao trabalho da pesca feito de forma massiva pelos moradores costeiros.

Não havia assim, pelo menos até o século XIX, uma razão que justificasse o uso das zonas de praia para fins recreativos no Ocidente. E muito menos havia algum motivo que impulsionasse a visita às localidades litorâneas mais distantes das aglomerações urbanas. A mudança constatada em meados dos anos 1800 restringe-se à massificação da viagem turística implementada por Thomas Cook, ao idealizar o uso de ferrovias para transportar fluxos de visitantes cada vez maiores às zonas de praia do sul da Inglaterra e em destinações próximas do Mediterrâneo (Walton, 2009).

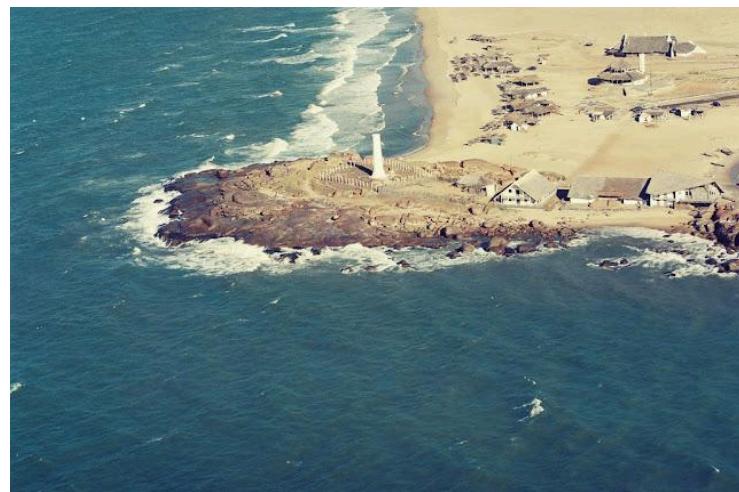
Em outras palavras, as viagens à praia ficaram populares em meados do século XIX, quando Thomas Cook idealizou o uso de ferrovias para transportes de passageiros até as zonas praianas ao sul da Inglaterra. Com a implementação de Thomas Cook, o crescimento do turismo nas regiões costeiras se elevou a um nível que não havia sido visto anteriormente, popularizando e tornando possível as viagens turísticas para uma parcela da população que

anteriormente não podia arcar com os altos custos necessários para uma viagem dessa categoria. Influenciando, em contrapartida, a busca por lugares exóticos e paradisíacos cada vez mais, o que trouxe benefícios para uma parcela da população que se aproveitou desse impulso para investir e aumentar a infraestrutura e serviços voltados para essa área.

Essa crescente demanda pelo ambiente praiano, cada vez mais fortalecida pela grande procura de viver uma experiência fora do habitual, concretizou os planos de Thomas Cook e conseguiu fortalecer o turismo voltado à praia. Essa emergente relação entre o homem, a praia e a busca por um uso lúdico das mesmas, passa a ideia de uma busca por uma contemplação da natureza e um contato mais íntimo com os elementos naturais ali presentes, como o mar, a areia e o sol. Tornando essa procura um fenômeno simbólico de como as praias passaram de apenas recursos naturais a serem explorados para a sobrevivência a um espaço próprio para o lazer e recreação, onde pessoas que procuram relaxar e podem aproveitar e sentir o que apenas a praia tem de oferecer.

Parafraseando a fala de Helena Cristina Ferreira Machado (2000), a emergência da praia lúdica, em contrapartida, permeia o sentido de uma contemplação da natureza marítima e um contato mais profundo com a areia, o mar e o sol. Pode-se interpretar então, que a praia lúdica emergiu não por ocorrência de um fenômeno contemporâneo, mas pela necessidade e a evolução de como a sociedade relaciona-se com a praia. Trazendo assim consequências positivas e importantes para o turismo e cultura, destacando como é importante também cuidar e preservar o espaço praiano para que mais pessoas possam usufruir dela.

Tratando-se, agora, de maneira específica da praia da Pedra do Sal, que de sua parte é chamada assim por suas formações de sal nas cavidades das pedras graníticas, em virtude da evaporação das águas salgadas nelas depositadas e das suas espumas brancas, que decoram a paisagem natural e selvagem do litoral piauiense (Moura, 2013). No entanto, a praia da Pedra do Sal é a única praia pertencente à cidade de Parnaíba, no Piauí. Localizada a quinze quilômetros do centro da cidade, no bairro de Ilha Grande de Santa Isabel, que se conecta à cidade de Parnaíba através da ponte Simplício Dias e a PI-116.



**Fonte: Jornal da Parnaíba**

A foto mostra as formações rochosas, famosas por serem uma das principais características que tornam a praia da Pedra do Sal única, em meio a todas as praias pertencentes ao litoral piauiense. Essas são as formações rochosas responsáveis pelo nome dado a praia, onde as mesmas criam crostas de sal oriundas das águas do mar que são depositadas nas cavidades das pedras e eventualmente acabam evaporando com o sol, formando assim, o sal.

Desde meados do século XIX, Pedra do Sal já era considerada uma praia com potencial turístico, principalmente pelo conjunto de formações rochosas que se encontram no local, dando um visual único e paradisíaco em meio a todas as praias do litoral piauiense. Os principais visitantes da praia eram as famílias mais abastadas da comunidade parnaibana, já que alguns tinham até mesmo casas no local. Pedro Vagner, em um de seus trabalhos sobre a praia da Pedra do Sal, intitulado como *Mar À Venda: Pescadores E Turismo No “Piauí Novo” (Anos 1970)* traz um pequeno trecho que nos ajuda a entender a precocidade do potencial turístico local, onde trata as memórias do famoso escritor maranhense Humberto de Campos, que no entanto em seu livro: *Memórias Inacabadas* descreveu memórias sobre a localidade em sua estadia no final do século XIX.

Campos ainda mencionou, sobre um costume dos parnaibanos que moravam no continente: “muitas famílias de Parnaíba tinham ido veranear ali [em Pedra do Sal] naquele ano[1895], de modo que nos foi impossível conseguir uma casa menos desconfortável”. Deste modo, antes da ideia de turismo, a única praia de Parnaíba, servia de deleite para os que moravam na cidade (Oliveira, 2017, p. 75-76).

Esse costume dos parnaibanos de veranear na praia da Pedra do Sal, vem de muito antes do início de uma construção de turismo como se tem nos dias atuais. Nesse contexto, a praia da Pedra do Sal já servia para os parnaibanos como um refúgio, onde se podia escapar da rotina cotidiana e desfrutar da tranquilidade da praia, do mar e do sol.

A experiência de Humberto de Campos retratada por Pedro Vagner, vem para nos mostrar a relação dos cidadãos de Parnaíba com a localidade, que desde muito cedo frequentavam o local e contavam com a recepção das famílias locais. Esses, tinham como principal fonte de renda somente a pesca e trabalho doméstico nas casas que eram usadas como hospedaria para aqueles que assim vinham desfrutar da atual única faixa litorânea pertencente à cidade de Parnaíba. Como descrito por Pedro Vagner:

A vinda de grupos que moravam no centro de Parnaíba e mesmo em outras cidades do Piauí e/ou de fora, trazia algumas vantagens: os pescadores teriam lucro maior e certa comodidade, pois poderiam vender seus produtos aos veranistas que estavam instalados na praia. Haveria também emprego para as mulheres. Estas, nos meses de julho, lavavam as roupas dos visitantes. Assim, julho, antes mesmo do “surto” do turismo como política de desenvolvimento, era um mês que trazia alterações no cotidiano do pescador e dos demais moradores da praia (Oliveira, 2016, p.7).

Observando as informações expostas, pode-se afirmar os benefícios econômicos que os visitantes traziam para os moradores locais, a economia fluía, com serviços e produtos da pesca marítima sendo vendidos. Esses produtos não apenas alimentavam as famílias diretamente, mas também geravam renda através das vendas para os visitantes, proporcionando uma fonte adicional de receita que, em muitas épocas do ano, seria mais difícil de se obter. Portanto, essas visitas eram vistas como lucrativas e benéficas, pois geravam essa movimentação e interação entre os cidadãos e moradores locais fazendo com que a economia local girasse, beneficiando os pescadores e suas famílias que viviam na sua maioria diretamente da pesca.

Mesmo com o natural potencial turístico, por sua beleza e traços únicos, a praia da Pedra do Sal ainda não era uma das mais badaladas, era aconchegante, para descanso e não para glamour. Assim é possível ver em trechos de escritos trazidos por Pedro Vagner (2017), no mesmo trabalho que traz memórias de Humberto de Campos. No trecho, há informações que podem validar essa ideia sobre esse processo de visitação da comunidade parnaibana com a praia da Pedra do Sal. Essa atividade de veraneio ligada a praia da Pedra do Sal, apesar de existir, não é algo comparada ao que se via em dado momento nas visitações e veraneios em Amarração, que é a atual cidade de Luís Correia, também no litoral do Piauí, que por sua vez já foi um distrito de Parnaíba. É compartilhado conosco como existia uma aura de luxo

envolvendo o local, onde as famílias que se direcionavam ao mesmo, exibiam suas roupas exclusivas para suas férias e finais de semana naquele ponto.

Araken, anos antes de Freitas, em seu livro de memórias, também escreveu sobre o costume parnaibano de pegar o trem e ir, na época de férias, para Atalaia, praia localizada em Amarração, atual Luís Correia. De acordo com o escrito de Araken, a Amarração era um balneário elitizado. Segundo este autor, seus frequentadores vestiam-se com roupas feitas exclusivamente para aquele período do ano. Veranear em Amarração, conforme as memórias escritas pelo médico parnaibano, “significava verdadeiro desfile de moda, exibição de roupas e novidades, que dava o tom da estação” [...] Em algumas linhas depois, Araken afiançou: “do outro lado do ‘continente’, havia “uma colônia de pescadores, onde a vida era mais simples sem nenhuma sofisticação”. O lugar descrito, se tratava de Pedra do Sal. Percebe-se que esta praia era o oposto de Amarração, cuja paisagem natural era marcada com os modelos de roupas que tremulavam com a brisa marítima (Oliveira, 2017, p. 94-95).

A partir dessa descrição, é possível perceber um pouco da percepção que alguns tinham do local. A roupa e a moda tem uma função social simbólica, onde cada vestimenta se destaca com seu potencial de distinguir e segregar indivíduos, desempenhando um papel fundamental na demarcação de identidades e posições sociais (De Oliveira, 2016). A narração de Araken é importante para que se possa ver de maneira efetiva o contraste existente entre as duas praias e seus frequentadores. Amarração, atual cidade de Luís Correia, que de sua parte é descrita como um lugar da elite, onde se tinha o trem como meio de transporte, que deixava mais prática a locomoção na época de veraneio. Havia sempre um “verdadeiro desfile de moda”, já que seus frequentadores não poujavam esforços para apresentar sempre as melhores roupas exclusivas e expostas naquele momento, mostrando-se assim um ambiente de exibição de tendências e glamour.

Já a praia da Pedra do Sal, é uma pequena “colônia de pescadores”, onde se podia veranear de maneira mais simples e sem nenhuma sofisticação. A experiência que o local proporcionava era completamente diferente do que se apresentava em Amarração, pois possui como característica a simplicidade e um contato direto com a natureza, sem a necessidade de que se tivesse grandes preocupações com o que se estava na moda no momento. Demonstrando o desdém que se tinha com o local, pois as escolhas nunca são neutras ou inocentes, cada uma expõe o seu dono e delimita a sua identidade (De Oliveira, 2016) .

A fala de Araken (Oliveira, 2017) apresenta as praias como extremos opostos, Amarração como um local sofisticado e glamouroso e a praia da Pedra do Sal, um local simples e autêntico. Mostrando assim a dualidade e as diversas possibilidades a serem experimentadas na época no litoral do Piauí. Observando dessa maneira, muitas pessoas, desde quando se iniciou a prática das visitas à praia com o intuito de usá-la como objeto de

recreação, tinham como intuito muito mais do que se conectar com o ambiente praiano ou socializar com outros indivíduos. A busca por uma natureza glamourizada e de “alto padrão” acaba desvalorizando locais que têm potenciais turísticos e econômicos maiores do que se pode ver a olho nu. Nessa constante ligação de uma sociedade consumista e capitalista que tem como maior prazer a satisfação de si próprio, a natureza se torna um mero artifício (Henrique, 2006).

## **2 A CONSTRUÇÃO DE UMA IMAGEM PARADISÍACA**

Para que se inicie a discussão deste tópico é preciso que seja dito o significado da palavra paradisíaco, para o dicionário *Oxford Languages*, a definição de paradisíaco é: que lembra o paraíso; muito agradável, delicioso e/ou encantador. A construção de uma imagem paradisíaca pode ser feita de diversas maneiras, mas no final de todas essas formas, temos o ser humano como detentor de todas elas. Um exemplo disso são as mídias que podem ser hoje, nos anos 2020, a principal ferramenta usada nessas construções. A velocidade em que as mesmas espalham imagens e vendem estilo de vida faz com que, de forma crescente, mais pessoas queiram consumir o produto dessas construções. Sylvana Kelly Marques da Silva (2010, p. 1), em seu trabalho, afirma que “os homens constroem e reconstruem permanentemente os espaços, sendo os fatores naturais e culturais imperativos na própria conformação das estruturas simbólicas, imaginárias, econômicas e sociais”.

Dessa maneira, não poderia ser diferente quando se trata do ambiente praiano a construção do paradisíaco é responsável por vender uma imagem pronta pelo homem e para o homem, executada para que seja aceita e o fruto de desejo e consumo dos mesmos.

A paisagem praiana, de acordo com o que conhecemos nos dias de hoje, aprazível, paradisíaca, relaxante é uma construção humana, é um conceito produzido a partir de um olhar treinado e culturalmente codificado, uma interpretação, marcada pelas atividades do homem em seu tempo e espaço, de acordo com as suas dimensões culturais. Nós a definimos, pois o ato de olhar não é passivo, se constitui em uma interpretação de acordo com o juízo que emitimos a partir daquilo que nos chega, ou seja, não é uma percepção passiva, mas uma construção mental da qual participamos de modo ativo (LEGUIZAMÓN, 2008).

Dito isso, essa construção humana da imagem magnífica do cenário praiano produzida pelo homem, no cenário brasileiro, tem a região nordeste como um lugar que detém boa parte das praias com imagens atreladas ao paradisíaco, como Jericoacoara e Canoa Quebrada no Ceará, Carneiros em Pernambuco, Barra Grande no Piauí, entre outras praias. Tudo isso vem de um desejo do homem pelo mar, pelo paradisíaco, por um sentimento que só o ser humano

que já provou do mar/praias pode descrever. Boa parte dessas cidades utilizam desse desejo do homem para o seu crescimento, comercializando suas riquezas naturais e cultura para uma forma de desenvolvimento próprio. Porém, mas por diversas vezes, ainda são pouco atentos às consequências trazidas por essa constante venda da praia e do mar como uma mercadoria.

O desejo que o homem tem do mar é fundamental para as cidades litorâneas nordestinas que vêm sendo turistificadas, que estão se construindo através de um fluxo turístico que busca sol e mar, em busca de harmonia com a natureza. Esse modelo tem grande influência das políticas públicas locais e regionais que criam paisagens que se constituem em mercadoria para serem vendidas e contempladas. É de fundamental importância para compreendermos esse processo de apropriação da paisagem entender que o território, esse espaço ao qual atribuímos sentido, transcende o espaço físico, vai além de ser um palco para as tramas humanas (Silva, 2010, p. 2).

Desta maneira, a transformação do ambiente praiano em mercadorias destinadas aos turistas tem como uma grande influência as políticas públicas locais e regionais que acabam por estimular a transformação desses ambientes nessas mercadorias prontas para serem vendidas e contempladas. Para que haja um mínimo entendimento sobre a transformação da praia em mercadoria é necessário que se reconheça que o território praiano é bem mais que algo físico, há significados e identidades diferentes que vão de acordo com experiências individuais. Assim, as cidades litorâneas representam não apenas espaços territoriais, mas como lugares vivos, atingindo valores culturais, sociais e econômicos.

Busca-se assim compreender como se constitui o processo de sacralização da imagem turística da praia, ambiente recoberto de potencialidades paisagísticas per se, ao passo em que se analisam as contribuições dos diversos agentes no fortalecimento e na propagação da imagem de paraíso turístico da modernidade (Castro, 2021, p.111).

Logo, com toda a potencialidades das paisagens naturais, a publicidade turística desempenha um papel crucial na sacralização da imagem de um local sendo umas das principais responsáveis por estimular a exploração de novos lugares e experiências, especialmente através das mídias sociais. Essas plataformas oferecem imagens atraentes e envolventes de maneira rápida e eficiente, despertando o desejo das pessoas de vivenciar o que veem. Através de fotos e vídeos, as redes sociais criam um senso de urgência e curiosidade, incentivando os usuários a desejarem visitar destinos exóticos, experimentar atividades únicas e mergulhar em culturas diferentes. Essa forma de publicidade tem um impacto significativo na decisão de viagem, transformando sonhos de passeio em realidades planejadas. Por conseguinte, pode-se concluir que a publicidade turística, principalmente nas

mídias sociais, são de suma importância quando pensamos nos impactos do turismo (Muniz, 2005).

Tendo em vista essas informações, é possível avaliar que essas propagandas podem estar ligadas diretamente ao desejo de fuga do cotidiano do ser humano, que é um dos principais propósitos quando trata-se da prática do turismo nas praias. Essa publicidade ligada ao turismo se baseia diretamente nessa parte sentimental, onde há a necessidade e/ou desejo de explorar algo novo, que atrai cada vez mais pessoas as quais anseiam por novas experiências. O desconhecido, novas experiências, as incertezas, tudo isso atrai as pessoas.

Com isso, a divulgação turística, principalmente a ligada às praias, acaba aproveitando e explorando essa possibilidade, oferecendo novas experiências, deixando cada característica do lugar alvo da publicidade irresistível. Fazendo com que esses elementos utilizados possam causar efeitos que sejam como uma necessidade para aqueles que essas publicidades são direcionadas.

Em tempos modernos, essa necessidade de exploração pode se manifestar de diversas formas, desde viagens turísticas a fugas de fim de semana. A busca por novas experiências, lugares e culturas passou a ser uma maneira de se desconectar da rotina diária e das pressões dos grandes centros urbanos. Uma das principais motivações que levam as pessoas a praticar a atividade turística consiste na fuga dos grandes centros urbanos para ambientes que proporcionem um maior contato com a natureza (Silva, 2013).

Essa afirmação ressalta a importância do turismo como uma válvula de escape para a vida estressante das cidades. O contato com a natureza, além de oferecer um alívio mental e emocional, proporciona um reencontro com aspectos mais simples da vida, muitas vezes esquecidos na correria do dia a dia. Assim, a atividade turística não só responde a uma necessidade ancestral de explorar, mas também a uma busca contemporânea por equilíbrio e bem-estar.

Nesse contexto há uma necessidade que vai muito além de apenas uma boa jogada publicitária que eleve a imagem de um lugar e possa produzir o desejo daqueles que são o público alvo. Os investimentos são necessários para que os planos possam ser concretizados e haja uma transformação de um lugar em algo paradisíaco. Como aponta Urano (2015):

A partir da década de 1990, busca-se a expansão do turismo, sendo criado o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste [Prodetur-NE], para prover a região de infraestrutura básica e atrair investimentos privados. O Prodetur-NE foi implementado por meio de financiamentos internacionais, através do Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID], que definia critérios específicos para a condução da atividade (Urano, 2015, p.580).

Em outras palavras, havendo consequentemente uma internacionalização através da apropriação do espaço pertencente ao litoral nordestino, que em contrapartida um dia já foi uma comunidade pequena, na maioria das vezes pesqueira, o que pode ser observado na visitação da maioria das praias que estampam as campanhas publicitárias sobre o litoral nordestino. Tendo em vista os presentes argumentos, é possível a análise proveniente de uma construção da imagem paradisíaca das seguintes praias do litoral nordestino: Jericoacoara, Canoa Quebrada, Carneiros e Barra Grande, sendo as duas primeiras situadas no estado do Ceará, a terceira em Pernambuco e a última no Piauí. Para que assim possamos analisar a construção da imagem dessas praias no sentido paradisíaco criado pelo homem, além de posteriormente comparar de maneira justa com a construção paradisíaca feita pela música *Pedra do Sal*, de Teófilo Lima. As praias citadas a seguir foram escolhidas com o intuito de exemplificar praias que já tem a sua imagem paradisíaca concretizada ou que estão construído essa imagem.

## **2.1 Praia de Jericoacoara (CE)**

Muitas praias do nordeste, quando são citadas nas publicidades logo são percebidas como inacessíveis para uma parcela da população, por um inventário glamouroso e investimentos astronômicos para a formação de lugares como esse. Como exemplo temos a praia de Jericoacoara, onde no trabalho de Fabio Molina *A Produção Do Espaço Pelo E Para O Turismo: O Caso Da Praia De Jericoacoara, Ceará, Brasil* é falado um pouco sobre a construção de Jericoacoara como um lugar turístico.

Pode-se dizer, neste contexto, que Jericoacoara foi inicialmente “produzida” pelos turistas que, de certa forma, eram o oposto do que conhecemos por turismo massificado, e nos dias atuais, o local está sendo também (re)produzido em função do novo perfil de turistas e de turismo que ocorre. Cabe-nos ressaltar que é de grande importância o papel do turista no entendimento das práticas territoriais turísticas, uma vez que sem eles o lugar turístico não teria razão de ser; em outras palavras, a presença deles definem os lugares como turísticos. Não há turismo sem turistas, e da mesma forma, não há lugar turístico sem turistas (Molina, 2009, p.7-8).

Consequentemente, a produção feita pelos turistas da praia de Jericoacoara, no Ceará, a tornou um centro turístico em meio a todo o litoral cearense, além de consolidado internacionalmente pela alta demanda de turistas estrangeiros, é considerada uma das praias mais bonitas do estado e um dos destinos mais procurados e altamente valorizados em todo o Nordeste (Coriolano, 2009). A alta demanda pela praia de Jericoacoara pode ser vista como

resultado de toda uma construção voltada para a valorização da imagem do local, assim como outras praias da região Nordeste do Brasil.

Neste sentido, e a partir do processo de valorização / ressignificação do lugar que se dá efetivamente no início da década de 1980, a atividade turística é a que predomina em Jericoacoara na atualidade, devido principalmente às suas características paisagísticas, de reconhecida beleza cênica, e também pelas ações de marketing e iniciativas público/privadas que deram suporte e condições ao desenvolvimento do turismo no local (Molina, 2009, p. 41).

Há um ditado popular que fala “a propaganda é alma do negócio”, em Jericoacoara não poderia ser diferente. A alta demanda de turistas se consolida através de grandes propagandas feitas do lugar, onde a paisagem e toda a receptividade local são estampadas, gerando desejo de consumo daqueles a quem está sendo ofertada. As propagandas sempre estampam seus principais atributos ligados às suas belezas naturais, fazendo com que a imagem paradisíaca do local se concretize e seja objeto de desejo de cada vez mais pessoas.



**Fonte:** Guia Viaja Melhor

A imagem ilustra a Pedra Furada, um dos principais pontos turísticos da praia de Jericoacoara, que estampa boa parte de suas propagandas, mostrando uma beleza única e paradisíaca que só pode ser encontrada no local. Consequentemente atraindo a curiosidade de cada vez mais turistas para desfrutar da vila.

O deslocamento até a praia de Jericoacoara é desafiador, antes dos carros com tração nas quatro rodas serem implementados para o transporte até a localidade, o acesso era mais difícil ainda. O deslocamento até a vila de Jericoacoara era realizado através das dunas a pé ou com a ajuda de animais (cavalos e jegues). O local à noite era iluminado apenas por lampiões e era essa a visão dos que iam prestigiar a até então pequena vila (Molina, 2007).

Antes de toda a transformação sofrida para que se transformasse em um dos principais cartões postais do estado do Ceará, a vila de Jericoacoara

## **2.2 Praia de Canoa Quebrada (CE)**

A praia de Canoa Quebrada, no município de Aracati no estado do Ceará, assim como Jericoacoara foi transformada em um local glamouroso e para poucos. A construção de uma imagem paradisíaca de Canoa Quebrada deu-se a partir de grandes investimentos, mas o início de tudo deu-se no final meados dos anos 1970, quando o turismo local começou a se desenvolver com o aumento de visitas na localidade.

O primeiro momento inicia-se no final da década de 1970 e é caracterizado pela descoberta da comunidade por jovens viajantes [turistas alocêntricos]. Surgem, assim, as primeiras iniciativas de acolhimento dos turistas que ocorriam nas residências dos próprios pescadores, os quais ofereciam hospedagem e as refeições diárias[...]Nesse sentido, a terra deixa de ter um valor exclusivamente de uso para ter um valor de troca e ser disputada pelos seus próprios moradores (Urano, 2015, p. 583).

Tendo em vista essas afirmações, o uso das próprias casas como hospedagem para os visitantes que estavam recém “descobrindo” Canoa Quebrada, fez com que o turismo fosse fonte de renda de muitos moradores que tinham a prática de hospedar os viajantes. Esse tipo de hospedagem, além de virar fonte de renda dos moradores locais, fez com que o comércio turístico pudesse crescer no local e assim popularizar cada vez mais Canoa Quebrada (Urano, 2015). Entretanto, com o crescimento e popularização do local, houve uma grande demanda de terras, ocorrendo uma especulação imobiliária no local, já que com essa expansão do turismo não apenas os moradores locais estavam investindo na hospitalidade dos turistas que iam ali conhecer Canoa Quebrada.

Com o desenvolvimento houve diversas consequências, entretanto a praia de Canoa Quebrada teve um investimento direcionado ao turismo no início dos anos 2000, mais precisamente no ano de 2002, quando se inicia o projeto de requalificação do local, onde houve um forte investimento na infraestrutura básica e necessária para que assim houvesse uma expansão no turismo. Assim, fazendo com que de uma vila de pescadores se transformasse em um dos principais cartões postais e mais badalados pontos turísticos do estado do Ceará (Urano, 2015).

Todavia, a imagem paradisíaca da praia de Canoa Quebrada, além de investimentos, tem características únicas que ajudam com que o título de paradisíaca se concretize. As

falésias são as principais características mostradas nas propagandas feitas da praia, que com sua imponência marcam o local e o transformam em único.



**Fonte:** Prefeitura do Aracati

A imagem anterior ajuda ilustrar a característica única pertencente a praia de Canoa Quebrada, as falésias, as mesmas são traços moldados pela natureza. O mar as banha, esculpindo formas únicas e incomparáveis. O marketing feito com a imagem da praia de Canoa Quebrada, principalmente com as suas imponentes falésias, ajuda os entusiastas a novas aventuras a aumentarem cada vez mais seu interesse pelo local e por consequência explorarem as aventuras que os aguardam assim que possível.

### 2.3 Praia de Carneiros (PE)

Assim como as duas praias citadas anteriormente, a praia de Carneiros, em Tamandaré no estado de Pernambuco, teve uma imagem paradisíaca construída através de esforços ligados principalmente às redes sociais. Ao contrário das últimas duas praias, as propagandas conectadas a Carneiros são mais modernas, e ficaram mais vívidas em meados dos anos 2010/2020, já que, com a ajuda das redes sociais, como o instagram, a imagem paradisíaca do local é vendida de maneira mais rápida e eficaz, sendo um destino dos sonhos novo, comparado a praia de Jericoacoara e Canoa Quebrada.

As imagens inseridas no aplicativo podem influenciar outros sujeitos a quererem visitar as paisagens representadas em tela, a isto se deve à (ao mesmo tempo em que reforça) forte atratividade turística da Praia dos Carneiros, valendo destacar o papel da rede hoteleira e de turismo náutico como atividades constituintes do discurso fotográfico, mas também como atividades econômicas que viabilizam o desenvolvimento capitalista do local, as quais são vistas com bastante evidência nas fotos do Instagram referentes à praia dos Carneiros (Querino, 2023).

As redes sociais podem ser as principais aliadas na transformação de um lugar em algo paradisíaco, assim como foi para a praia de Carneiros, as imagens espalhadas do local foram de fundamental importância para que houvesse essa transformação. Há transformações em toda a Tamandaré, cidade que é localizada a praia de carneiros, proporcionando cada vez mais a possibilidade de investimentos econômicos colaborarem com a implementação de empreendimentos ligados ao turismo e a área imobiliária em toda a região de tamandaré, aumentando assim cada vez mais o fluxo de turistas (Querino, 2023).

A Igreja de São Benedito tem uma grande importância simbólica, pois é um espaço de parada e tiragem de fotos por todos aqueles que passam pela praia dos Carneiros. A história dessa igreja está atrelada ao antigo engenho local, que com sua decadência, teve suas terras vendidas aos empreendimentos turísticos e imobiliários. Com isso, houve uma preservação da igreja que é conhecida como Igrejinha dos Carneiros pela população local, localizando-se às margens do estuário do rio Formoso e na praia dos Carneiros, sendo considerada Patrimônio Histórico e Arquitetônico de Tamandaré (Casa de Praia, 2021).

Tendo em consideração as presentes informações, pode-se perceber que a pequena igreja às margens do mar é um dos principais cartões postais da praia de Carneiros e uma das paradas obrigatórias para seus visitantes, além de uma das imagens mais espalhadas nas redes sociais que mostram o local, destacando a parte paradisíaca ali presente. A preservação foi possível pela alta demanda dos turistas no local, já que os empreendimentos turísticos e imobiliários no geral se beneficiam de maneira direta com a grande demanda de turistas. Deixando de uma forma mesmo que comercializada o patrimônio do lugar vivo.



**Fonte:** Agenda do Recife

A fotografia anterior ilustra a capela cartão postal da praia de Carneiros, a igreja de São Benedito, que de sua parte é de grande importância para o lugar. O simbolismo por trás de

cada característica exaltada como paradisíaca nesses locais aprimoraram as práticas de venda dessas experiências ligadas ao turismo praiano fazendo com que se torne um objeto de desejo cada vez mais presente. Querino (2023), fala sobre essas formas que situam-se no contexto histórico e cultural ligado ao costume de frequentar as praias, que adquirem um significado particular, como um fenômeno que se deu pela construção de um discurso e a apropriação simbólico-cultural das paisagens praianas.

## **2. 4 PRAIA DE BARRA GRANDE (PI)**

A praia de Barra Grande, localizada na cidade de Cajueiro da Praia, a cerca de 71 quilômetros da cidade de Parnaíba, foi uma das escolhidas para ser analisada no presente tópico, já que a mesma fica situada na mesma faixa litorânea da praia da Pedra do Sal, pertencente ao estado do Piauí. Para que assim haja uma comparação futura mais próxima e justa tendo em vista os aspectos do turismo estadual. No entanto, Barra Grande foi escolhida não por ser um local de grande consumo turístico comparado às praias dos tópicos anteriores, mas sim por um recém de crescimento na área. Por está com seu potencial mostrado ao mundo e cada vez mais conhecida.

A praia de Barra Grande, desde meados do início dos anos 80 no século XX, teve seu potencial turístico explorado por piauienses e cearenses que buscavam o lugar com o intuito de veranear. As práticas de esportes aquáticos como *Kitesurf*, foram um dos principais atrativos para turistas, fazendo com que o local passe a ser reconhecido de maneira nacional e internacional (Macêdo; Ramos, 2012). Pode-se assim observar que essa transformação de Barra Grande é um local turístico, atraindo cada vez mais turistas em um aspecto global. Muito se dá principalmente pela venda de um estilo de vida praiano, voltada a prática de esportes que contribui para o desejo do homem por novas experiências.



**FIGURA 5**

**Fonte:** Diário GM

A figura anterior mostra a prática do *Kitesurf*, esporte aquático de grande influência para a demanda turística da praia de Barra Grande. Entretanto, o fluxo de turistas e a busca pelo local não foi acompanhada de investimentos que pudesse organizar e melhorar a infraestrutura para receber seus visitantes (Macêdo; Ramos, 2012). Todavia, esses investimentos são muito importantes para a efetivação de um turismo lucrativo.

A partir de 2000 descontina-se um novo turismo em Barra Grande, com mudança quanto ao perfil dos visitantes, bem como na estrutura receptiva local. Tal fato deve-se, principalmente, à introdução do esporte kitesurf no ano de 2005, trazido pelo empresário teresinense Ariosto Ibiapina, que como veranista, percebeu o crescimento da prática do esporte kitesurf na praia de Jericoacoara (CE), motivando-o a abrir uma pousada que possuísse instalações adequadas e com suporte para receber os praticantes e simpatizantes desse esporte. (Macêdo; Ramos, 2012).

Em face das afirmações anteriores, a introdução de dos empreendimentos foi benéfica para o crescimento do turismo na praia da Barra Grande, onde os investimentos vieram em sua maioria do setor privado. As outras possibilidades de exploração da atividade turística em Barra Grande, além do esporte kitesurf, são as atividades de caminhada e canoagem, passeios às Ilhas das Garças, das Cabras, do Camaleão e a trilha dos Cavalos-marinhos (Macedo; Ramos, 2012).

O consumo da praia de Barra Grande, apesar de voltado principalmente para a prática de esportes aquáticos, pode se assemelhar com as praias citadas anteriormente (Jericoacoara, Canoa Quebrada e Carneiros), os investimentos trazidos do âmbito privado por empresários, ajudou a transformação desses locais para que assim pudesse ser utilizada toda a potencialidades existente nas mesmas.

Em suma, o uso desses ambientes é carregado por expectativas de algo fenomenal, como aponta a seguir Sérgio Buarque de Holanda:

A possibilidade sempre iminente de algum prodígio, que ainda persegue os homens daquele tempo, mormente em mundos apartados do seu, alheios aos costumes que adquiriram no viver diário, não deixará de afetá-los, mas quase se pode dizer que os afeta de modo reflexo: através de idealizações estranhas, não em virtude da experiência. É possível que, para muitos, quase tão fidedignos quanto o simples espetáculo visão do paraíso natural, fossem certos partos da fantasia: da fantasia dos outros, porém, não da própria. Mal se esperaria coisa diversa, aliás, de homens em quem a tradição costuma primar sobre a invenção, e a credulidade sobre a imaginativa. De qualquer modo, raramente chegavam a transcender em demasia o sensível, ou mesmo a colori-lo, retificá-lo, complicá-lo, simplificá-lo, segundo momentâneas exigências (Holanda, 2010, p. 35-36).

Considerando essas informações, pode-se notar que se há a possibilidade de algo notável que consiga suprir expectativas, essas guardadas e interiorizadas por influências externas que moldam as percepções das pessoas, a busca por uma imagem divina é constante. O paradisíaco e sua construção nos foge de controle, quando é pensado em algo diferente do que é vivido em nosso cotidiano, ansiamos por descobrir e provar, já que pode ser uma experiência que nos arrebate. Muitas dessas nos são ofertadas de forma que são vividas por terceiros e apreciadas por nós como espectadores, principalmente com os meios sociais. Fazendo assim com que as experiências sejam vistas de uma forma baseada em preconceitos trazidos por uma percepção que por sua vez não foi pessoal, mas sim influenciada por outras pessoas e experiências.

Quando isso é percebido e reconhecemos essas influências externas, há o início de uma melhor valorização de um conhecimento sobre o que está sendo vivido de uma maneira mais autêntica, podendo entender que quando experimentamos de maneira pessoal e genuína os lugares podem ser mais bem apreciados. Apesar de todos esses exemplos citados ao decorrer deste tópico, a fonte de propaganda de todos eles vem, em sua maioria, através de canais da *internet*, como as redes sociais, ou atraídos pela prática de esportes aquáticos. A praia da Pedra do Sal, pelo contrário, tem uma incidência bem menor nessas comunicações, por isso a escolha da música *Pedra do Sal*, que é essencial para a análise da construção de uma imagem paradisíaca voltada para a praia de mesmo nome.

### **3 A PEDRA, O MAR E O SOL, ASSIM NASCEU PEDRAL**

No ano de 2001 houve o lançamento do álbum nomeado como *Teófilo Com Fusão* do cantor e compositor Teófilo Lima. O compositor responsável pela mesma é o músico,

produtor musical e apresentador maranhense, Teófilo Lima. A música intitulada *Pedra do Sal* fazia parte do *checklist* do artista no presente álbum. Além disso, pode ser considerada um de seus *singles* de maior sucesso, já que em pesquisas rápidas em mecanismos de busca como o *Google* ou o aplicativo de músicas *Spotify* com o nome do compositor é uma das primeiras, se não a primeira que aparece ao lado do nome de Teófilo. Na canção é retratada uma espécie de exaltação a cada característica descrita ao longo da composição, que convida o ouvinte a ter a mesma experiência tida por Teófilo, já que a cada verso é reforçada a ideia de que a praia da Pedra do Sal é um lugar a ser descoberto e aproveitado.

Buscando compreender um pouco mais sobre a perspectiva do autor da música, bem como sua experiência no local responsável pela sua inspiração, Gustavo Silva de Moura, em sua pesquisa “*Ehhh! Cabeça de Cuiá!!!*: memória e cidade na obra musical de Teófilo Lima (1994-2018), aborda um pouco mais da trajetória de Teófilo sobre sua vinda a Parnaíba e sua carreira.

Carlos Teófilo de Carvalho Lima nasceu em Magalhães de Almeida, no estado do Maranhão no ano de 1970, ainda em sua infância, com nove anos, mudou-se com a família para para cidade de Parnaíba, Piauí, local em que iniciou sua vida artística e que mantém relações próximas. Começou sua vida artística nos anos de 1980 cantando em bares da região portuária da cidade, onde ganhou destaque levando ao público em formato de voz e violão canções do rock brasileiro que estavam constantemente tocando nas rádios locais (De Moura, 2020, p.202).



**FIGURA 6**

**Fonte:** Teófilo Lima

A figura anterior mostra a capa do álbum de Teófilo, a mesma foi feita com a colaboração de amigos próximos que foram responsáveis pela fotografia e edição, de maneira

totalmente artística, como pode-se observar. Para o aprimoramento desta pesquisa, a fim de compreender de maneira satisfatória sobre a experiência do músico com a praia e a música *Pedra do Sal*. Houve uma breve entrevista feita com Teófilo, onde foi possível tirar dúvidas vigentes sobre a música, o porquê da escolha da praia da Pedra do Sal como fonte de inspiração, o contexto no qual a música estava sendo lançada, além do significado que a canção e a praia tinham para ele.

No momento em que foi perguntado sobre o contexto do lançamento da música, Teófilo respondeu sobre um festival de música, evento esse que tinha como plano o lançamento de um hino voltado à praia da Pedra do Sal. Projeto esse que tinha iniciativa do governo do estado.

E aí, quando eu soube desse festival, eu queria ter a música da Pedra-do-Sal. Pra Teresina, né? Quer dizer, a nível estadual. E aí eu fiz a música. A música ficava tocando na rádio, né? E as mais votadas foram pra final. E aí, a final foi lá na Pedra-do-Sal, né? Tinha um trio elétrico lá. Cada um apresentou a sua música. E aí o corpo de jurados acabou dando a vitória pra minha música. E... E aí é isso (Lima, Teófilo, 2024).

Além da maneira como a canção surgiu, outro fato interessante observado durante a entrevista foi a relação afetuosa que o autor tem do local ao qual obteve inspiração para a sua composição. Um exemplo disso é o termo Pedral, utilizado para se referir a praia da Pedra do Sal, ilustrado na música de Teófilo e que pode trazer um sentimento de proximidade, intimidade e familiaridade, como os apelidos dados a pessoas próximas, além de uma ludicidade e aproximação a praia da Pedra do Sal, como um ambiente familiar, onde se pode criar um vínculo com o local. Segundo Teófilo, esse termo foi utilizado pois em suas visitas a praia, uma das coisas mais marcantes consistia no uso desse termo pelos surfistas que frequentavam o local. Além disso, quando o foi perguntado sobre a escolha do local, o porque a praia da Pedra do Sal, além do concurso, a resposta recebida foi a seguinte:

Eu só juntei a história da cidade, da Pedra do Sal, da praia, com o que eu vivia lá. A história da praia, a coisa do farol, dos tesouros escondidos, que eu ouvia falar. E o que eu sempre vi lá, vi todo mundo lá, meus pais, mãe, tia, aquela coisa que eu também brinco na música, cantando. Foi a praia da minha infância, adolescência, primeiros namoros, tudo acontecia lá na Pedral. A memória afetiva é muito forte, e muita coisa pra cantar. E aí eu fiz questão de fazer um... Tinha aquela coisa do hino, mas eu não queria fazer uma coisa antiga, até na música marchinha, que geralmente é o hino. Eu falei, não, vou fazer o hino jovem, e vou homenagear os surfistas, por isso que eu chamo Pedral. Pedral é como os surfistas chamavam (Lima, Teófilo, 2024).

A fala de Teófilo demonstra de que maneira a sua música *Pedra do Sal* é carregada de memória afetiva, que descreve suas recordações e faz uma metáfora com os elementos locais, os exaltando. Como toda ela é uma homenagem para o local e aqueles que marcaram suas excursões até lá. Portanto, é possível perceber, segundo Morigi e Bonotto (2004), é legítimo a afirmativa que a narrativa musical consegue expressar sentimentos coletivos através de linguagens como a poética e metafórica, mas com essas características as narrativas musicais podem trazer consigo não apenas algo racional, mas também afetivo. A partir da análise da música *Pedra do Sal*, é possível ver toda essa face poética e metafórica expressa pelo autor através da letra da música. No trecho a seguir, é possível notar todo esse processo de construção de uma imagem paradisíaca que permeia as lembranças de Teófilo.

Ouvi dizer de uma bela ilha/ De um pedaço pedra do sal/ Com tesouros escondidos e um farol/ Pedaços de uma maravilha linda/ Se debatendo contra a pedra e o sol/ Fazendo desse casamento o sal/ E assim se fez e assim nasceu o pedral/A pedra e o sol/ Pedra do sal, pedra do sal/ A pedra, o mar e o sol/ Assim se fez, assim nasceu o pedral (Lima, Teófilo, 2001).

A partir do fragmento, nota-se uma abordagem metafórica sobre a paisagem do lugar, afirmindo a beleza através da maneira que, primeiramente a localidade, sua beleza e principais características são descritas de modo poético. Posteriormente, a partir do trecho “Um dia eu fui naquela bela ilha”, foi possível perceber uma visão de lugar acolhedor e convidativo seja cantada. De tal forma, podemos observar esse pensamento com a análise da letra da música de Teófilo. Além de um lugar familiar, é possível observar o apreço pelo local que é descrito como uma espécie de lugar mágico em que existem tesouros escondidos, mostrando uma forma lúdica de descrever a praia da Pedra do Sal. Dessa forma, dando continuidade a letra da música, pode-se notar uma memória afetiva do cantor sobre o local.

Um dia eu fui naquela bela ilha/ E vi que é mais bonito que no jornal/ Vi que todo mundo, todo dia tem a pedra do sal/ Vi que todo mundo, Parnaíba tem a pedra do sal/ Vi você, pai, mãe e tia na pedra do sal/ Vi que todo mundo, todo dia tem pedra do sal/ A pedra e o sol/ A pedra, o mar e sol/ A pedra e o sol/ Pedra do sal, pedra do sal/ A pedra, o mar e sol/ Assim se fez pedral, pedral, pedra (Lima, Teófilo, 2001).

Tendo em conta a forma que o Teófilo se expressa, o trecho descreve como a praia da Pedra do Sal é acolhedora. O sentimento trazido pela música de uma praia linda, acolhedora demonstrando a todo momento estar de braços abertos aos visitantes é o que mais chama atenção ao decorrer da música. De modo consequente, podemos observar que para o compositor há afeto sendo exposto sobre o lugar e com isso interpretar como esse local, de

alguma forma, foi acolhedor e convidativo para Teófilo. A perspectiva sobre a praia trazida no decurso da letra nos mostra o relacionamento do autor com a localidade. É necessário levar em consideração o ano de publicação da canção, 2001. Já que a mesma até os dias atuais é conhecida por ser uma descrição perfeita sobre a beleza natural da praia da Pedra do Sal, como um hino sobre a beleza do local.

A imagem de um lugar pode ser um fator determinante para o consumidor turístico e sua decisão de compra (Pérez-Nebra, 2005). O conceito de imagem vem sendo explorado através dos séculos de diversas formas, mesmo que sejam difíceis de descrever, cada um interpreta de maneira diferente dando diversos sentidos que no final, se ligados uns aos outros, podem chegar perto do que queremos descrever.

As primeiras abordagens ao conceito de imagem remontam à Grécia Antiga, e ainda hoje se encontram algumas dificuldades na sua exata definição e delimitação. Na antiguidade, o debate sobre imagem surge com os dois filósofos Platão e Aristóteles, sendo que o primeiro concebia a imagem como a projeção da mente, ou seja, a ideia de um objeto na mente do sujeito consistia a imagem. Antagonicamente, Aristóteles percebia a imagem como um processo de percepção. A partir da aquisição, por meio dos sentidos, da realidade física existente no mundo exterior é que se constituíam as imagens dos objetos, transformando-se, dessa forma, na representação da realidade percebida pelos sentidos. Em resumo, para Platão a existência de imagens era própria da alma e não de um processo de percepção do mundo como defendia Aristóteles, que afirmava a impossibilidade do pensamento sem a existência de imagens (Santaella & Nöth, 1998) (RIBEIRO,2015, p.9).

Se traçarmos um paralelo entre as visões platônicas e aristotélicas da imagem e a forma como a praia da Pedra do Sal é retratada na canção de Teófilo Lima, certas semelhanças podem ser notadas. A canção evidencia a magia da praia da Pedra do Sal, espelhando os sentimentos do cantor e, ao mesmo tempo, o que ele considera ser as particularidades do lugar. Tal como Aristóteles concebe a imagem como sendo alguma coisa física, acessada pelos sentidos, e Platão apresenta a este como mística, vista pela alma, Teófilo Lima junta os dois lados em sua composição.

De certa forma, a canção de Teófilo Lima diz respeito ao lado físico e sensível daquele lugar, àquelas formações rochosas, ao pôr do sol e ao mar, realidades palpáveis e visíveis, e sua descrição nos remete a esta percepção aristotélica, onde a imagem é uma experiência sensorial direta. De outro lado, Teófilo apreende também o lado místico e emocional da praia, emprestando uma dimensão de encantamento e de ligação espiritual para com o lugar, o que pode nos remeter, aqui, à concepção platônica, onde a verdadeira essência do lugar mostrada é percebida para além do espaço físico, pelos sentimentos e pela alma. Deste modo, a canção de Teófilo Lima não diz respeito somente à beleza material da Pedra do Sal, mas também herda a magia deste lugar. Esta, une a imagem que é pintada através do lugar, e que vai criar a

imagem pura do místico e do sensível como um assento, que une em si mesma o que Platão e Aristóteles, em suas concepções de imagem, conceberam.

Quando Teófilo foi questionado sobre a imagem da praia da Pedra do Sal, como ele descreveria a escassa valorização do setor público e privado, além dos citadinos de Parnaíba sobre a localidade, a resposta adquirida veio com a segurança de afirmar que eram um fator histórico.

É, cara, isso é infelizmente histórico, a gente teve essa fase que eu falei do Alberto Silva, que foi o único que foi investir, mas ficou realmente muito tempo abandonada, a comunidade de pescadores, e só agora, muito tempo depois, teve aí essa reforma dos bares e tal, e outras coisas de estrutura, mas não sei, o formato é bem diferente do que a gente vê em praias. Não sei, pra mim falta um toque de carinho real, uma visão mais artística da coisa, tudo muito feito nas buchas. [...] É, e é uma coisa normal do Piauí que vem mudando, a Pedra do Sal é tratada, na verdade, como o Delta é tratado, como há turismo no Piauí, muito mais por seus atrativos naturais do que por alguma infraestrutura aqui. Então, é igual, acho que no programar, não vamos esquecer a Pedra do Sal, não faz na Pedra do Sal, como também não faz ou faz muito pouco, o turismo sobrevive pelo poder mesmo da beleza natural, o povo e tal, a cultura, mas não que tenha um investimento nisso, a meu ver (Lima, Teófilo, 2024).

A falta de investimentos voltados para o crescimento do turismo no litoral do Piauí citado por Teófilo pode responder muitas perguntas sobre a falta de valorização da praia da Pedra do Sal, quando trata-se da criação de uma imagem paradisíaca para a mesma. Se não há investimentos suficientes para suprir a demanda estrutural necessária para esse inventário de paradisíaco, o muito que a natureza e sua criação faz para que possa vir a ser concretizada não é suficiente. Já que como visto em tópicos anteriores, o processo da sacralização de uma imagem paradisíaca de um espaço é bem maior que apenas a natureza possa suprir.

A música *Pedra do Sal* foi lançada no ano de 2001. Passaram-se 23 anos até que às vésperas de uma decisão eleitoral para a prefeitura da cidade a primeira etapa de uma nova orla da praia da Pedra do Sal fosse inaugurada. Teófilo em sua fala anterior, afirma a falta de um carinho real voltado a praia da Pedra do Sal. Em outro instante da entrevista há também um momento em que o mesmo expressa sobre a falta de investimentos no local, tanto do setor público quanto privado.

Fica aquela coisa que a falta de um olhar do setor público ou privado, que foi o caso da Barra Grande, que faltou aquele toque de cuidado, de empreendedorismo mesmo, de ver a coisa como um equipamento turístico do Estado, e, assim, eu lembro que às vezes eu chegava lá, eu estava na Pedra do Salvo e eu via famílias chegando lá e o menino queria ouvir a música da Pedra do Salvo, a criança queria ouvir a música da Pedra do Salvo, e quando chegava lá, realmente era a parte ambiental da coisa, realmente linda, ali as pedras e tal, mas a infraestrutura não existia, era o pior possível, as pessoas se assustavam um pouco, e é isso. (Lima, Teófilo, 2024).



**Fonte:** Voz de Ilha Grande



**Fonte:** Parnaíba na trilha

As imagens anteriores estão expostas para que haja uma melhor comparação entre o momento em que a praia ainda não havia passado pela fase de urbanização, que na fala de Teófilo fica evidente a necessidade de que se tenha uma infraestrutura melhor no lugar. Na segunda por sua vez há uma visão aérea sobre toda a nova estrutura oferecida pela prefeitura da cidade de Parnaíba, que pode ajudar a melhorar o fluxo de visitantes do local, já que é algo mais moderno comparado ao que se tinha anteriormente. Entretanto, ao observar o discurso de Teófilo, não necessariamente apenas uma nova infraestrutura é necessária para uma maior valorização da praia da Pedra do Sal e suas características próprias.



**Fonte: Phb Is Dead**

A imagem anterior mostra uma grosseira comparação entre três praias do litoral piauiense, a praia da Pedra do Sal, fonte de inspiração para a música de Teófilo Lima é atrelada a imagem de mulheres que fogem do padrão convencional e aquisitivo implementados por uma sociedade patriarcal, que abusa da imagem dessas mulheres de forma negativa. O que é uma imagem que uma parcela da população parnaibana tem do lugar. A praia da Pedra do Sal, está longe de ser um destino com uma imagem concretizada como paradisíaca, assim como as outras praias discutidas em tópicos anteriores, apesar dos esforços de *Pedra do Sal*. Uma melhor infraestrutura, para os visitantes e a comunidade é de extrema importância para que isso ocorra e torne a praia da Pedra do Sal paradisíaca, além do que a natureza proporciona ao lugar.

Entretanto, apesar de uma elite com todos os seus privilégios não consumirem o espaço praiano oferecido pela praia da Pedra do Sal, o lugar mostra um potencial turístico que deve ser valorizado, principalmente por aqueles a qual a mesma pertence, os parnaibanos e piauienses de uma maneira geral. Entretanto essa problemática é mais extensa e profunda do que esse trabalho pode chegar.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como intuito reunir informações sobre a música *Pedra do Sal* de Teófilo Lima e como a mesma contribui para a construção de uma imagem paradisíaca da praia da Pedra do Sal, localizada no município de Parnaíba, no Piauí. Uma das mais

importantes fontes para que esse trabalho se concretizasse foi a entrevista feita com Teófilo Lima acerca da música *Pedra do Sal*. Em resumo, os resultados obtidos neste estudo demonstram que a música de Teófilo Lima, tem um peso considerável na construção de uma imagem paradisíaca, mas diferente das praias citadas anteriormente, Canoa Quebrada, Carneiros, Barra Grande e Jericoacoara. Essas por sua vez, se destacam por seu potencial turístico aproveitado e imagens paradisíacas materializadas.

A música *Pedra do Sal* celebra as riquezas, o místico, a beleza, a familiaridade e todos os atributos cantados em cada verso escrito por Teófilo. Quando temos em mente o paradisíaco ao decorrer do trabalho. No momento em que usamos como exemplo as praias de Jericoacoara e Canoa Quebrada, Carneiros e Barra Grande, pode-se observar que apesar dos esforços, por si só a música de Teófilo não consegue sustentar a imagem paradisíaca da praia da Pedra do Sal. O paradisíaco, muitas vezes, se traduz em uma busca incessante pela comercialização de algo que preencha a vontade daqueles que buscam por novas aventuras, pois esse tipo de consumo vem quando há essa necessidade. Quando falta o sentimento trazido por estar com os pés na areia contemplando o mar, o pôr do sol, a mágica que só a praia tem (Muniz, 2005).

A necessidade do homem de matar a fome que traz a vontade de explorar diversos lugares existe desde os tempos mais remotos, impulsionando ações que vão desde a busca por sobrevivência até a satisfação de desejos mais superficiais, oriundos do consumismo moderno. Desde os primórdios, a humanidade tem explorado novas terras em busca de sustento, água, abrigo e recursos para sobreviver. Esta vontade de exploração, contudo, evoluiu ao longo dos séculos, passando de um instinto básico de sobrevivência para incluir motivações mais complexas, como o desejo de preencher lacunas emocionais ou sociais ( De Castro, 2022).

Esse outro dizer constituinte do paradisíaco se caracteriza ideologicamente como uma manutenção dos padrões de normalidade de uma sociedade industrializada baseada no circuito compra-venda, que dispõe de equipamentos e serviços de atendimento a visitantes que possam pagar por eles (MUNIZ, 2005, p.77).

A modernização e globalização, de fato, são os principais fatores que permitem com que o turismo se desenvolva em uma escala global. As infraestruturas são cada vez mais atualizadas distribuindo possibilidades através de transporte, comunicação, entre outros serviços necessários para a melhoria dos serviços turísticos que tornam destinos que antes eram inacessíveis para cada vez mais pessoas, para que as mesmas conheçam cada vez mais

outras pessoas, culturas e lugares. Permitindo assim que haja uma troca cultural que melhora ainda mais a vivência do turista que está a procura do paradisíaco.

Entretanto, é de suma importância que se entenda que se essa modernização não for manejada de uma maneira adequada e sustentável, poderá afetar de maneira considerável e causar impactos muitas vezes irreversíveis aos locais que estão sendo explorados, além das comunidades que desde que os mesmos foram “descobertos” os tem como casa.

A partir dessa discussão tratada ao longo de todo esse texto, podemos concluir que de fato *Pedra do Sal* de Teófilo Lima é uma canção que se esforça para construir uma imagem paradisíaca da praia da Pedra do Sal,. A música de Teófilo não convida para a exploração e sim para a contemplação, para aproveitar o natural, o mágico e tudo o que a praia oferece. Entretanto é essencial deixar claro que por si só a canção não tem o poder de aplicar um turismo potente como os das outras praias que foram citadas ao longo do texto. Contudo, existe a possibilidade de que a mesma seja ligada a meios de propaganda e publicidade que usufruam da canção e imagens locais para a exploração da praia, o potencial se multiplica e transforma a música em algo que não é apenas voltado para a celebração, mas como também para a exploração e transformação em algo paradisíaco. Todavia, a mesma não recebe esse tipo de visualização por meio de fortes propagandas turísticas, já que a ostentação não é algo comum no local e nem para seus frequentadores. Havendo assim, uma necessidade de maior valorização, não para que a praia da Pedra do Sal se torne uma Jericoacoara, Canoa Quebrada, Carneiros ou Barra Grande. Mas para que se torne a praia da Pedra do Sal, com todo o seu potencial utilizado e aproveitado por quem desejar deleitar-se com o lugar.

Com o encerramento da discussão, há um convite aberto aos leitores, sejam parnaibanos ou não, sejam moradores locais da praia da Pedra do Sal ou apenas curiosos, que escrevam sobre a praia da Pedra do Sal. A localidade merece ser vista, reconhecida e ter sua história espalhada para que mais pessoas possam escrever e mais outros possam ler. A cultura, o turismo local, a pesca, a falta de recursos públicos são temas que podem e devem ser discutidos, tendo em vista que a praia da Pedra do Sal, única praia pertencente a cidade de Parnaíba, com todo o seu potencial e beleza natural tem uma memória local, com suas histórias místicas e de toda sua comunidade, que por sua vez devem ser preservados.

## BIBLIOGRAFIA

DE CASTRO, Josué. **Geografia da fome: o dilema brasileiro: pão ou aço.** Todavia, 2022.

DA SILVA CASTRO, Tiago. Mitos, discursos e construção das imagens dos paraísos turísticos no litoral, do regional ao global, p. 110, 2021.

DA SILVA, Maria Majaci Moura. O turismo nas ondas do litoral e das políticas públicas do Piauí. 2013.

DA SILVA RIBEIRO, Leonor Andreia. A Construção do Imaginário Paradisíaco Através do Turismo: O Caso do Brasil. 2015. Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro (Portugal).

DE HOLANDA, Sérgio Buarque. Visão do paraíso. **São Paulo: Companhia das Letras**, 2010.

DE OLIVEIRA, Karla Beatriz Barbosa; GRAMACHO, Wladimir Ganzelevitch. A nova roupa da presidente: uma análise de comunicação pelas vestes.

DE MOURA, Gustavo Silva. “Ehhh! Cabeça de Cuia!!!”: memória e cidade na obra musical de Teófilo Lima (1994-2018). **Temporalidades** , v. 12, n. 1, pág. 201-222, 2020.

HENRIQUE, Wendel. A CIDADE E A NATUREZA: A APROPRIAÇÃO, A VALORIZAÇÃO E A SOFISTICAÇÃO DA NATUREZA NOS EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS DE ALTO PADRÃO EM SÃO PAULO. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, v. 10, n. 1, p. 65-77, 2006.

LIMA, Teófilo . **ENTREVISTA COM TEÓFILO LIMA**. [dez. 2024]. Entrevistador: Nalanda dos Santos Nascimento. Parnaíba, 2024. 1 arquivo .mp3 (16 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A desta monografia

MACÊDO, Ermínia Medeiros; RAMOS, Ricardo Gomes. O desenvolvimento do turismo em Barra Grande, Piauí (Brasil) e seu significado para a comunidade local. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 2, n. 2, p. 89-107, 2012.

MACHADO, Helena. **A construção social da praia.** 2000. MIORANZA, C. **Filosofia: origens, conceitos, escolas e pensadores**, de Hector Leguizamón. São Paulo: Escala Educacional, 2008.

MOLINA, Fábio Silveira. A produção do espaço pelo e para o turismo: o caso da praia de Jericoacoara, Ceará, Brasil. En: **O processo de bolonha e as reformas curriculares da geografia em Portugal**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Recuperado de [https://digitalis. uc. pt/pt-pt/livro/produ% C3% A7% C3% A3o\\_do\\_espa% C3% A7o\\_pelo\\_e\\_para\\_o\\_turismo\\_o\\_caso\\_da\\_praia\\_de\\_jericoacoara\\_cear% C3% A1\\_brasil](https://digitalis. uc. pt/pt-pt/livro/produ% C3% A7% C3% A3o_do_espa% C3% A7o_pelo_e_para_o_turismo_o_caso_da_praia_de_jericoacoara_cear% C3% A1_brasil), 2011.

MORIGI, Valdir José; BONOTTO, Martha Eddy Krummenauer Kling. A narrativa musical, memória e fonte de informação afetiva. **Em Questão: revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFGRS. Vol. 10, n. 1 (jan./jun. 2004)**, p. 143-161, 2004.

MUNIZ, C. R. . Anunciando o paraíso: a heterogeneidade na publicidade turística. In: Nelson Barros Costa. (Org.). PRADEXA: Práticas Discursivas e Exercícios Analíticos. 1ed. São Paulo: Pontes, 2005, v. 1, p. 71-81.

PÉREZ-NEBRA, Amalia Raquel. Medindo a imagem do destino turístico. 2005.

OLIVEIRA, Pedro Vagner Silva. **Mar À Venda: Pescadores E Turismo No" Piauí Novo"(Anos 1970).** 2017.

QUERINO, Jeovane da Silveira Fidelis. A estetização das paisagens no Instagram: construção discursiva e apropriação simbólica da praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE). 2023.

URANO, Débora Goes et al. Turismo e Desenvolvimento em Comunidades Litorâneas do Nordeste Brasileiro: Os Casos de Canoa Quebrada, CE, e Maracajaú, RN. **Rosa dos Ventos**, v. 7, n. 4, p. 574-590, 2015.

## FONTES

Disponível em:  
<https://www.jornaldaparnaiba.com/2017/06/praiada-pedra-do-sal-uma-das-mais.html>. Acesso em 16 de out. 2024.

Disponível em: <https://teofilolima.bandcamp.com/album/com-fus-o>. Acesso em 27 de nov. 2024.

Disponível em:  
<https://mapacultural.aracati.ce.gov.br/espaco/1270/%7B%7Bseal.singleUrl%7D%7D>. Acesso em 09 de dez. 2024.

Disponível em: <https://guiaviajarmelhor.com.br/o-que-fazer-em-jericoacoara/>. Acesso em 10 de dez. 2024.

Disponível em: [https://agendadorecife.com.br/igreja-praia-dos-carneiros/#google\\_vignette](https://agendadorecife.com.br/igreja-praia-dos-carneiros/#google_vignette). Acesso em 10 de dez. 2024.

Disponível em: <https://www.facebook.com/share/15bDVVXuP6/>. Acesso em 11 de dez. 2024.

Disponível em:  
<https://www.diariogm.com.br/cotidiano/praiade-barra-grande-piaui-um-paraiso-perfeito-para-ferias-e-feriados-prolongados>. Acesso em 13 de dez. 2024.

Disponível em:  
<https://vozdeilhagrande.blogspot.com/2018/02/processo-licitatorio-da-praia-da-pedra.html>. Acesso em 13 de dez. 2024.

## APÊNDICE A - ENTREVISTA COM TEÓFILO LIMA

[Teófilo]

O governo dele (Mão Santa), né? Vamos fazer o hino da Pedra-do-Sal.

[Idelmar]

Olha aí, que coisa interessante. Eu não sabia disso não.

[Teófilo]

Era o hino da Pedra-do-Sal. Eu já morava em Teresina. E aí...

Foi a música ganhadora, né?

[Idelmar]

Aí é o seguinte. A gente resolve o problema dela primeiro. Se tiver tempo, tu tiver ainda livre e tal, pode conversar sobre aquele outro projeto.

[Teófilo]

Tá bom.

[Idelmar]

Então, Nalanda, pode começar. É...

[Nalanda]

Eu queria saber um pouco do contexto do lançamento da música. Quais os fatores mais importantes que você lembra que estavam acontecendo assim na sua vida?

[Teófilo]

Tá... Eu tinha recentemente ido morar em Teresina, né? Então...

Tava com uma saudade, assim... Bem... Bem grande.

E aí, quando eu soube desse festival, eu queria ter a música da Pedra do Sal. Pra Teresina, né?

Quer dizer, a nível estadual.

E aí eu fiz a música. A música ficava tocando na rádio, né? E as mais votadas foram pra final.

E aí afinal foi lá na Pedra do Sal, né? Tinha um trio elétrico lá. Cada um apresentou a sua música.

E aí o corpo de jurados acabou dando a vitória pra minha música. E... E aí é isso.

No prêmio eu gravei o disco, né? Com ela inserida. E...

E assim... Tava nessa coisa, né? Recém-chegado em Teresina, imaginando um futuro pela frente.

E ela foi muito importante, assim, na minha vida, né? Porque ela já foi um hit, né? Foi a primeira música que eu gravei no disco.

E ela já foi, assim, me ajudando na minha carreira, né? Tava começando lá na capital.

[Idelmar]

Então foi um edital do governo do estado.

[Teófilo]

É.

[Idelmar]

Tu lembra o ano?

[Teófilo]

Cara, esse deve ter sido em 90. 89, 90, por aí. Porque eu lancei o disco em 2001.

[Idelmar]

É o Com Fusão.

[Teófilo]

Não, 98, tô falando, né?

[Idelmar]

É, tu foi pra Teresina em 98, né?

[Teófilo]

É, eu fui em 98. Isso rolou, deve ter sido... 99 /2000.

99/2000, em 2001 eu lancei o disco. Mas não sei precisar, não.

[Nalanda]

Você respondeu um pouco sobre a próxima pergunta, que você falou que tava com saudades e tudo, mas eu queria saber também o porquê da praia da Pedra do Sal, além do edital e do concurso. O que motivou mais a escrever a música?

[Teófilo]

Eu só juntei a história da cidade, da Pedra do Sal, da praia, com o que eu vivia lá. A história da praia, a coisa do farol, dos tesouros escondidos, que eu ouvia falar. E o que eu sempre vi lá, vi todo mundo lá, meus pais, mãe, tia, aquela coisa que eu também brinco na música, cantando.

Foi a praia da minha infância, adolescência, primeiros namoros, tudo acontecia lá na Pedral. A memória afetiva é muito forte, e muita coisa pra cantar. E aí eu fiz questão de fazer um...

Tinha aquela coisa do hino, mas eu não queria fazer uma coisa antiga, até na música marchinha, que geralmente é o hino. Eu falei, não, vou fazer o hino jovem, e vou homenagear os surfistas, por isso que eu chamo Pedral. Pedral é como os surfistas chamavam.

[Idelmar]

O nome que você criou, Teófilo?

[Teófilo]

Pedral? Os sufistas é que chamam Pedral, era pra chamá-lo lá daquela época. Por isso que eu, querendo homenageá-los, os surfistas pra mim são atores, pessoas marcantes na praia, então quis fazer isso.

Então contei sua história.

[Idelmar]

Mas já tinha surf desde a tua infância?

[Teófilo]

Sim. É de muito tempo essa coisa do surf na Pedral.

[Idelmar]

Vou me intrometer, para te ajudar. A música, claro, tem o lance da figura de linguagem, metáfora e tal, mas, Teófilo, quando você fez a música, como era a praia, literalmente falando? Descreve a praia, o que ela tinha e o que não tinha, suas carências, como era a Pedral de Salvo dessa época?

[Teófilo]

O governo Alberto Silva havia feito algumas obras lá, aqueles bares grandes, mas isso já tinha um tempo, já tinha alguma coisa deteriorada, aquela praia que foi tratada ou não foi tratada turisticamente, como a gente vê umas praias aqui perto, no caso de Barra Grande, ela simplesmente ia acontecendo a sua vida ali e depois ficou, aí depois deteriorou mesmo, e os bares foram acabando. Fica aquela coisa que a falta de um olhar do setor público ou privado, que foi o caso da Barra Grande, que faltou aquele toque de cuidado, de empreendedorismo mesmo, de ver a coisa como um equipamento turístico do Estado, e, assim, eu lembro que às vezes eu chegava lá, eu estava na Pedra do Salvo e eu via famílias chegando lá e o menino queria ouvir a música da Pedra do Sal, a criança queria ouvir a música da Pedra do Sal, e quando chegava lá, realmente era a parte ambiental da coisa, realmente linda, ali as pedras e tal, mas a infraestrutura não existia, era o pior possível, as pessoas se assustavam um pouco, e é isso.

[Nalanda]

Então, qual a sua visão sobre essa pouca valorização do parnaibano com a Praia da Pedra do Sal, tanto de investimento público, privado, e até dos próprios moradores da cidade de Parnaíba, que fazem muita piada com a praia e tudo mais?

[Teófilo]

É, cara, isso é infelizmente histórico, a gente teve essa fase que eu falei do Alberto Silva, que foi o único que foi investir, mas ficou realmente muito tempo abandonada, a comunidade de pescadores, e só agora, muito tempo depois, teve aí essa reforma dos bares e tal, e outras coisas de estrutura, mas não sei, o formato é bem diferente do que a gente vê em praias. Não sei, pra mim falta um toque de carinho real, uma visão mais artística da coisa, tudo muito feito nas buchas.

[Nalanda]

Tipo, a obra foi feita em cima da eleição...

[Teófilo]

É, e é uma coisa normal do Piauí que vem mudando, a Pedra do Sal é tratada, na verdade, como o Delta está tratado, como há turismo no Piauí, muito mais por seus atrativos naturais do que por alguma infraestrutura aqui. Então, é igual, acho que não programaram, não vamos

esquecer a Pedra do Sal, não faz na Pedra do Sal, como também não faz ou faz muito pouco, o turismo sobrevive pelo poder mesmo da beleza natural, o povo e tal, a cultura, mas não que tenha um investimento nisso, a meu ver.

[Nalanda]

E sobre a repercussão da música na época?

[Teófilo]

Foi um susto, porque as rádios começaram a tocar em Teresina, mas ela veio embalada pela força também de várias outras músicas, do Teófilo Com Fusão, que é o disco em que ela está inserida. Então, as músicas tocavam muitas músicas ao mesmo tempo, no disco, e a Pedra do Sal estava ali inserida, mas eu não sei se ela é uma das principais, se não a principal música do disco. A Volta do Zorro, Beijos e Cacos, também é uma música, mas ela está ali entre as três, se ela não for a primeira nessa questão de identificação do povo e tudo.

E aí eu gosto muito, porque quando eu saí daqui de Parnaíba pra ir pra Teresina, pra ir morar lá, e aqui eu ganhava os festivais e tal, aquela coisa toda, e algumas pessoas aqui, alguns amigos meus, eu não sei se inveja, porque eu estava aí, e eles nunca tinham ido, e os caras, ah, bicho, tá pensando que vai ser lá, se o povo de Teresina é bairrista e tem raiva de Parnaíba, chega lá, tu vai sofrer. E, na verdade, não foi nada disso.

A Pedra do Sal toca até hoje, até hoje nas rádios tocam Pedra do Sal, muitas bandas tocam, tem sua versão de Pedra do Sal, muita gente já gravou, e é isso, eu tenho muito orgulho por essa filha.

[Idelmar]

A música faz mais sucesso em Teresina ou em Parnaíba? Você está citando muito Teresina.

[Teófilo]

Rapaz, é porque foi lá que surgiu, né? Foi lá que surgiu. Mas, da mesma forma, as rádios tocavam aqui, mas aqui tinha uma ou duas rádios, né?

E lá tem muito mais rádios, e todas as rádios, na época tinha a coisa da rádio comunitária, que havia algumas também por aqui, mas lá era demais. E todo mundo queria uma entrevista, às vezes eu ligava na rádio, estava mudando as faixas aqui no Dayoi, parava numa música, estava tocando uma música minha, aí eu parava naquele rádio ali e ficava ouvindo, para ver o que o cara ia falar. E às vezes o cara tocava o disco inteiro.

O cara tocava o disco inteiro sem nem falar nada entre uma música e outra, né? E aí é isso. Mas Teresina tem um carinho muito grande por mim mesmo, pelo meu trabalho, e eu, por

Teresina, tenho essa relação de amor, porque não é minha terra, mas, no entanto, eu fui abraçado desde sempre, desde a minha chegada até agora.

Até hoje, como eu te falei, a Pedra do Sal toca, e eu continuo tocando ela nos shows, tocando as coisas que são contemporâneas dela, e as coisas novas, e eu e o público, né? Com a Pedra do Sal, lógico, sendo um pedacinho disso, temos uma história muito bonita lá.

[Nalanda]

E você lembra quem eram os principais frequentadores da praia na época, além dos surfistas?

[Teófilo]

Havia uma época que havia muitas casas de veraneio lá, né? O meu pai, inclusive, tinha uma casinha lá, como ainda hoje tem, né? Mas aí teve um período que parou isso e todo mundo se voltou para Coqueiro, Luís Correia /Coqueiro, foi chegando mais pra lá, e aí chegou em Barra Grande, e aí o povo tem aquela coisa, né?

Não sei se é do ser humano mesmo, tal, né? A Maria vai com as outras, está todo mundo fazendo, a gente tem uma beleza dessa aqui, eu lembro que a Pedra do Sal já foi eleita, já esteve entre, acho que foi a Revista Quatro Rodas que meu pai assinava, entre as dez mais belas do país. E nós somos um país de muitas praias bonitas, né?

E ela entrou entre as dez praias. Era uma comunidade de pescadores, não tinha aquela infraestrutura, mas a praia por si é muito linda, e tem isso também na história.

[Nalanda]

E a última pergunta seria sobre a capa do álbum, Com Fusão, se ela remete àquele momento da sua vida que você estava vivendo naquele momento do lançamento do álbum.

[Teófilo]

Cara, a capa, eu costumo ter ideias sobre tudo, mas eu havia chamado, que não queria ficar com tudo na minha responsabilidade, eu não curto muito isso. Aí chamei o Fábio Crazy, que era um amigo meu da época, da Narguilê Dramecânica, aí o Fábio Crazy, chamei ele pra fazer a direção artística do disco, e aí então ele influenciou com algumas ideias últimas dos arranjos, das músicas, e a capa, ele chamou a Marley de Lins, que era uma amiga dele, e ele fez as fotos do disco, e então com essa pegada de praia, de ser um cara do litoral, e tudo, aquelas fotos a gente fez na coroa lá do Rio Parnaíba em Teresina. Ele estava no chão, tinha esse caminho de tatuí, aquela coisa, juntou ali com as minhas fotografias, e ficou aquela capa lá. Eu gosto, algumas pessoas não gostavam, eu sempre gostei.

Deu uma mudada nela quando eu fui fazer a segunda edição do álbum, acrescentei algumas coisas mais de arte, mas prevaleceu ali a sua originalidade, a essência.

[Nalanda]

Pois, eu acho que é isso. É que eu fiz, sim. O senhor quer acrescentar alguma?

[Idelmar]

Não, não. Você está satisfeita?

[Nalanda]

É, acho que sim.

[Teófilo]

Eu fico muito feliz.

#### **ANEXO A - LETRA DA MÚSICA PEDRA DO SAL**

Ouvi dizer de uma bela ilha/ De um pedaço pedra do sal/ Com tesouros escondidos e um farol/ Pedaços de uma maravilha linda/ Se debatendo contra a pedra e o sol/ Fazendo desse casamento o sal/ E assim se fez e assim nasceu o pedral/ A pedra e o sol/ A pedra, o mar e o sol/ Assim se fez pedral/ A pedra e o sol/ Pedra do sal, pedra do sal/ A pedra, o mar e o sol/ Assim se fez/ Ouvi dizer de uma bela ilha/ De um pedaço pedra do sal/ Com tesouros escondidos e um farol/ Pedaços de uma maravilha linda/ Se debatendo contra a pedra e o sol/ Fazendo desse casamento o sal/ E assim se fez e assim nasceu o pedral/A pedra e o sol/ Pedra do sal, pedra do sal/ A pedra, o mar e o sol/ Assim se fez, assim nasceu o pedral/ A pedra e o sol/ Pedra do sal, pedra do sal/ A pedra, o mar e o sol/ Assim se fez, assim nasceu/ Um dia ouvi dizer de uma bela ilha/ Com Parnaíba sempre a lhe abraçar/ Recortenando e beijando até o mar/ Um dia eu fui naquela bela ilha/ E vi que é mais bonito que no jornal/ Vi que todo mundo, todo dia tem a pedra do sal/ Vi que todo mundo, Parnaíba tem a pedra do sal/ Vi você, pai, mãe e tia na pedra do sal/ Vi que todo mundo, todo dia tem pedra do sal/ A pedra e o sol/ A pedra, o mar e sol/ A pedra e o sol/ Pedra do sal, pedra do sal/ A pedra, o mar e sol/ Assim se fez pedral, pedral, pedral...