

TOPONÍMIA TURÍSTICA DE PARNAÍBA (PI)

Ricardo Eustáquio Fonseca Filho*, Iago Murilo Vasconcelos Fernandes**, Karolainy dos Santos Bezerra*** & Kauana Costa de Araújo****

Resumo

Visitar lugares, seja de morada ou de passagem, têm diversas motivações. Uma delas se dá pelo nome dos lugares. Estes carregam uma origem e uma história, que a toponímia busca entender. Há topônimos oficiais e alternativos que nem sempre são conhecidos pela comunidade ou pelos turistas. O objetivo da pesquisa foi reconhecer topônimos de bairros e atrativos de Parnaíba, Piauí (PI) e as percepções da comunidade e turistas dos mesmos enquanto potencial para o turismo. A metodologia considerou: revisão bibliográfica, pesquisa documental, trabalhos de campo em bairros e atrativos turísticos da cidade e entrevistas a moradores e turistas. Os resultados caminham no sentido de que há um forte potencial para o turismo cultural na forma do patrimônio material e imaterial que os topônimos desses lugares carregam. Nota-se um forte sentimento de pertencimento dos moradores com seu bairro, mas pouco reconhecimento quanto ao potencial turístico do mesmo; por sua vez, turistas não conhecem a origem e a história dos nomes dos lugares visitados, mas têm interesse. Ambos acreditam na importância da preservação dessa memória e sua divulgação, para proteção dos lugares e pessoas. As conclusões caminham para a confluência entre toponímia e turismo, cuja pesquisa científica tem catalisado a interdisciplinaridade da geografia do turismo, para a vocação do turismo cultural e do turismo urbano da cidade, diversificando e agregando ao turismo náutico e de sol e praia do Delta do Parnaíba.

Palavras-chave: Turismo Cultural; Interpretação do Patrimônio Histórico; Lugar Turístico; Itinerário de viagem; Comunidade local.

TOURIST TOPONYMY OF PARNAÍBA (BRAZIL)

Abstract

Visiting places, whether home or passing through, has different motivations. One of them is the name of the places. These carry an origin and a history, which toponymy seeks to understand. There are official and alternative toponyms that are not always known by the community or tourists. The objective of the research was to identify toponyms of neighbourhoods and attractions in Parnaíba (Brazil) and to assess the perceptions of the community and tourists regarding their potential for tourism. The methodology considered: bibliographic review, documentary research, fieldwork in neighbourhoods and tourist attractions in the city and interviews with residents and tourists. The results suggest strong potential for cultural tourism through the material and immaterial heritage carried by the toponyms of these places. There is a strong sense of belonging among residents in their neighbourhood, but little recognition of its tourist potential; in turn, tourists do not know the origin and history of the names of the places they visit, but they are interested. Both believe in the importance of preserving this memory and disseminating it, to protect places and people. The conclusions move towards the confluence of toponymy and tourism, whose scientific research has catalyzed the interdisciplinary of tourism geography, for the vocation of cultural tourism and urban tourism in the city, diversifying and adding to nautical and sun and beach tourism in the Delta of Parnaíba.

Keywords: Cultural tourism; Historic Heritage Interpretation; Tourist Place; Travel Itinerary; Local Community.

TOPONIMIA TURÍSTICA DE PARNAÍBA (BRASIL)

Resumen

Visitar lugares, ya sea de casa o de paso, tiene diferentes motivaciones. Uno de ellos es el nombre de los lugares. Estos llevan un origen y una historia, que la toponimia busca comprender. Existen topónimos oficiales y alternativos que no siempre son conocidos por la comunidad o los turistas. El objetivo de la investigación fue identificar topónimos de barrios y atractivos de Parnaíba (Brasil), así como las percepciones de la comunidad y de los turistas sobre su potencial turístico. La metodología consideró: revisión bibliográfica, investigación documental, trabajo de campo en barrios y atractivos turísticos de la ciudad y entrevistas a residentes y turistas. Los resultados sugieren que existe un fuerte potencial para el turismo cultural en forma del patrimonio material e inmaterial que conllevan los topónimos de estos lugares. Existe un fuerte sentido de pertenencia entre los residentes de su barrio, pero poco reconocimiento de su potencial turístico; a su vez, los turistas desconocen el origen e historia de los nombres de los lugares que visitan, pero les interesan. Ambos creen en la importancia de preservar esta memoria y difundirla, para proteger lugares y personas. Las conclusiones avanzan hacia la confluencia de toponimia y turismo, cuyas investigaciones científicas han catalizado la interdisciplinariedad de la geografía turística, para la vocación del turismo cultural y urbano en la ciudad, diversificando y sumando al turismo náutico y de sol y playa en el Delta del Parnaíba.

Palabras clave: Turismo Cultural; Interpretación del Patrimonio Histórico; Lugar Turístico; Itinerario de Viaje; Comunidad Local.

HOW TO CITE: Fonseca, R. E., Fernandes, I. M. V., Bezerra, K. dos S., Araújo, K. C. (2026). Toponímia turística de Parnaíba (PI). *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, v. 16, n. 1 (Regular Issue - 1), 1 - 13, Jan./ Dez. Retrieved from: <https://periodicos.ufrb.br/index.php/abet/article/view/46961>
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18062528>



Licenciada por Creative Commons
4.0 / Internacional
CC BY 4.0

* Bacharel em Turismo, Licenciado em Geografia, Doutor em Ciências Naturais; Professor do curso de bacharelado em Turismo e do Mestrado em Patrimônio e Sociedade da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPar); <http://lattes.cnpq.br/1600424426811223> e <https://orcid.org/0000-0001-5804-9120>; ricardo.fonseca@ufdpar.edu.br.

** Estudante de Bacharelado em Turismo; UFDPar; <https://lattes.cnpq.br/1162006174864307> e <https://orcid.org/0009-0006-8741-0433>; iagofernandes@ufdpar.edu.br.

*** Bacharela em Turismo; UFDPar; <https://lattes.cnpq.br/0348877498573234> e <https://orcid.org/0009-0008-8276-2266>; karolainybezerra7@gmail.com.

**** Estudante de Bacharelado em Turismo; UFDPar; <http://lattes.cnpq.br/7449900082079465> e <https://orcid.org/0009-0000-7928-0487>; kauanaaraujo03@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

Esta investigação parte do pressuposto de que os topônimos não são meras etiquetas espaciais, mas condensações de memória e territorialidade. O problema central reside na lacuna de mediação entre o nome do lugar e sua interpretação turística em Parnaíba, no Piauí (PI). Busca-se responder: como os topônimos podem atuar como vetores de valorização do patrimônio local para além do turismo de sol e praia?

Localizado a aproximadamente a 300 km da capital Teresina, ocupando a segunda posição de maior do Estado, com uma área total de 436,907 km² e população estimada em 162.159 pessoas, segundo o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024).

Além de desempenhar um papel significativo como ponto de acesso ao delta do Parnaíba, se destaca por seu rico patrimônio cultural, que abrange desde monumentos emblemáticos, como o Porto das Barcas, reconhecido e tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2008), até deslumbrantes atrativos naturais, como a Pedra do Sal e a Lagoa do Portinho. Esses elementos contribuem para consolidar a reputação de Parnaíba como um destino turístico de destaque, enriquecendo a experiência dos visitantes e oferecendo uma ampla gama de opções para quem deseja explorar tanto a herança cultural quanto as belezas naturais da região.

O Porto das Barcas, em particular, representa um marco histórico e arquitetônico de grande importância para Parnaíba, servindo como testemunho tangível das influências culturais e econômicas que moldaram a cidade ao longo dos séculos. Enquanto isso, a Pedra do Sal e a Lagoa do Portinho proporcionam cenários para atividades de lazer e contemplação, destacando a diversidade e a exuberância do ambiente natural que envolve a região. Essa combinação de patrimônio cultural e atrativos naturais confere a Parnaíba uma identidade turística cativante e multifacetada, que continua a atrair visitantes ávidos por vivenciar sua rica oferta cultural e explorar as maravilhas naturais que o local tem a oferecer.

Esta pesquisa busca compreender os topônimos de Parnaíba. Parte-se da seguinte questão de pesquisa: de que maneira os topônimos podem atuar como mediação turística do lugar e contribuir para a construção de sentidos sobre Parnaíba? explorando não apenas sua origem histórica, mas também a história vivida e narrada pelas pessoas que residem nessa localidade. Ao fazer isso, almeja-se não apenas enriquecer o conhecimento acadêmico sobre os topônimos de Parnaíba, mas também honrar a riqueza cultural e histórica que eles representam para a comunidade local.

Considerando a taxonomia toponímica (Dick, 1975), o próprio nome da cidade é considerado um hidrônimo, por coincidir com o rio de mesmo nome e que vem da língua tupi *paraná* ("mar") e *aib* ("ruim"), que tem "importante relevância histórica ao abrir caminho para os colonizadores paulistas e nordestinos, o que, por sua vez, facilitou o reconhecimento de territórios interioranos e, posteriormente, serviu à economia do Estado, já que uma importante parcela do que era produzido na região escoava por suas águas, até então, navegável em quase toda sua extensão" (Anjos, 2012, p.

92).

Durante as pesquisas, percebemos que existe uma lacuna significativa de estudos e pesquisas que abordem de forma específica os topônimos do município de Parnaíba. Essa falta de trabalhos dedicados a esse tema é notável e impacta diretamente na compreensão da identidade cultural da cidade, fazendo-se necessário realizar pesquisas sobre os nomes próprios de lugares presentes em Parnaíba, a fim de preencher essa lacuna e obter um entendimento mais completo da história, da cultura e das influências que moldaram a região ao longo do tempo.

Ao investigar a origem, o significado e o contexto histórico dos topônimos municipais, podemos desvendar aspectos importantes da identidade local, como as heranças indígenas, as influências coloniais, as transformações urbanas e os marcos culturais que contribuíram para a configuração atual do município. Essa pesquisa não apenas resgata e valoriza a memória coletiva (Halbwachs, 1990) de Parnaíba, mas também fornecerá subsídios para a preservação do patrimônio histórico-cultural da cidade, auxiliando na construção de políticas públicas mais efetivas e no fortalecimento da identidade local.

Rezende (2020, p. 7), por exemplo, traz a perspectiva da toponímia e dos lugares com a memória ao analisar nomes oficiais (topônimos oficiais) e principalmente o contexto extralinguístico (topônimos paralelos): "nomes de lugares escolhidos de forma espontânea, que atuam como registros da memória social de uma comunidade, sendo popularmente difundidos, utilizados e coexistentes aos nomes oficiais registrados pelas instituições públicas (...)". Por sua vez, em uma abordagem multidisciplinar Diedricho e Machado (2020) observam "o papel da toponímia como um bem imaterial importante do patrimônio ambiental e cultural" em duas regiões do Rio Grande do Sul.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Toponímia e Lugar

"A disciplina linguística que estuda a etimologia e a significação dos nomes próprios de lugares é a Toponímia. Trata-se de uma subárea da Onomástica, que, por sua vez, tem como escopo o estudo dos nomes próprios em geral" (Sousa, 2010, p. 2).

Linguística é o estudo científico da linguagem, que busca explicar o funcionamento da linguagem e, especificamente, a organização das línguas em particular (Dubois, Giacomo, Guespi, Marcellesi, Marcellesi & Mevel, 2006). Já "linguagem à capacidade geral que temos, enquanto seres humanos, de utilizar sinais com vistas à comunicação" (Leite, 2010, p. 216).

Por sua vez, onomástica é "um tema muito antigo, que já tem uns dois mil anos, se nos referirmos, por exemplo, ao Kratylos de Platão e ao problema da relação entre palavras e coisas" (Solís, 1997, p. 9).

Assim, toponímia vem do grego *τόπος*, "lugar", e *ὄνομα*, "nome", significando "nome de lugar". É uma divisão da onomástica que estuda os nomes geográficos, ou seja, nomes próprios de lugares, da sua origem e evolução; é considerada uma parte da linguística, com forte ligação com a história, arqueologia e a geografia.

Dick (1990, p. 21-22) apresenta os topônimos “como importantes fatores de comunicação, permitindo, de modo plausível, a referência da entidade por eles designada. Verdadeiros ‘testemunhos históricos’ de fatos e ocorrências registrados nos mais diversos momentos da vida de uma população, encerram, em si, um valor que transcende ao próprio ato de nomeação: se a Toponímia situa-se como a crônica de um povo, gravando o presente para o conhecimento das gerações futuras, o topônimo é o instrumento dessa projeção temporal”. A autora (1975), considera que os topônimos podem ser de natureza física (têm relação direta com a natureza) ou antropocultural (ligação com os seres humanos enquanto indivíduos ou sociedade).

Para Light (2014, p. 21), há uma relação entre topônimos e turismo: “no geral, então, os nomes de lugares representam uma lente distinta através da qual se pode examinar (e desenvolver uma compreensão mais rica) a produção e o consumo de lugares para o turismo e os turistas contemporâneos”. Se tomarmos como exemplo os Roteiros do Brasil (MTur, 2007b), muitas das vezes não se sabe os porquês dos nomes de destinos famosos como Jericoacoara, Fernando de Noronha, São Paulo etc.

Para Bastiani, Andrade e Pereira (2018), também há diálogos interdisciplinares possíveis entre os topônimos e a Geografia. O assunto desencadeou a criação de uma divisão estatística da Organização das Nações Unidas (ONU), o *United Nations Group of Experts on Geographical Names* (UNGEGN, 2023) em 1959.

Por fim, tanto parte dos nomes de bairros e logradouros, quanto de atrativos turísticos, podem ser estudados do ponto de vista da antropônimo: “disciplina que estuda os nomes de pessoas, incluindo o nome, sobrenome, apelido de família e alcunha” (Doro, 2011, p. 26).

A relação interdisciplinar da toponímia com a Geografia (Bastiani, Andrade & Pereira, 2018) pode ser observada em mapas temáticos do Brasil sobre o nome dos estados (Figura 1), no caso Piauí seria “Rio de Piauí”; e os principais atrativos de suas capitais (Figura 2), no caso em Teresina, a Ponte Estaiada com o rio Poti (afluente do rio Parnaíba).

Lugar é onde “as coisas da vida, as relações sociais se concretizam” (Callai, 2002, p. 84), a exemplo do bairro:

o intelectual memorizador, que lê horas a fio, domesticando-se ao texto, temeroso de arriscar-se, fala de suas leituras quase como se estivesse recitando-as de memória – não percebe, quando realmente existe, nenhuma relação entre o que leu e o que vem ocorrendo no seu país, na sua cidade, no seu bairro (Freire, 1996, p. 15).

“Lugar significa muito mais que o sentido geográfico de localização. Não se refere a objetos e atributos das localizações, mas a tipos de experiências e envolvimento com o mundo, a necessidade de raízes e segurança (Relph, 1979, p. 156).

Para Florida (2008), os lugares importam porque as cidades estão crescendo verticalmente, em área e em agrupamento, logo, a conectividade afeta a felicidade. Nesta linha, para Carlos (1996, p. 41) “a reprodução de relações

sociais materializam-se em um espaço apropriado para este fim, e a vida, no plano do cotidiano do habitante, constitui-se como lugar produzido para esta finalidade e é nesta medida que o lugar da vida constitui uma identidade habitante-lugar”.

Figura 1. Mapa do significado do nome dos estados do Brasil.



Fonte: Brasil em Mapas (2020).

Figura 2. Mapa de imagens de pontos turísticos famosos de cada estado.



Fonte: Brasil em Mapas (2023).

Claval (1995, p. 202) observa que “o sentido original do nome dos lugares perde-se – o papel da toponímia linguística é encontrá-lo”. Continuando ele observa que “orientar-se na cidade e sobretudo nas aglomerações cada vez mais extensas é particularmente difícil, pois a rede de ruas é frequentemente embaralhada e os pontos referenciais insuficientes” (Op. cit., p. 205), vide muitos logradouros identificados por números e letras em suas “ruas projetadas”

e “quadras”, dificultando a orientação possível de um estranho ao lugar – a exemplo de novos loteamentos se configurando como novos bairros em Parnaíba.

Assim, atrativos e bairros podem ser considerados lugares:

os nomes assumem uma função imprescindível, a de identificação para o grupo que se utiliza deles. Essas designações apresentam uma forte relação de subjetividade com o grupo, havendo uma significação, uma relação de complementaridade entre o lugar e o habitante mediada pelo topônimo (Santos, 2020, p. 613).

2.2 Turismo, Atrativos e Bairros

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001, p. 38), se entende como turismo “as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. A nível nacional, o Ministério do Turismo (MTur, 2018, p. 30) segue na mesma linha: “conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros.”

Um dos elementos do turismo é a oferta: “conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico, utilizados em atividades designadas turísticas” (Op. cit., p. 21). Ou seja, tanto bairros quanto atrativos fazem parte da mesma. Em contrapartida, como fazer com que haja uma demanda, que turistas consumam esses espaços? Um meio é através da segmentação turística, que é uma “forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado” (Op. cit., p. 27).

Ao inventariar e interpretar esses destinos do turismo, podemos gerar a demanda, enriquecendo a oferta e trazendo impactos positivos para governo, empresários e comunidade, desde que ordenado. Castro (2012, p. 3) observou essa relação de imaginário turística e toponímia:

Si la ciudad se explica a través de sus paisajes y se expresa a través de los imaginarios, ambos se identifican a través de los nombres, son inherentes a ellos y les otorgan una identidad y un significado. La toponimia confluye con los paisajes y los imaginarios, formando parte indispensable del diálogo urbano, apareciendo, desapareciendo y evolucionando con él.

Uma das formas de segmentar é através da roteirização:

uma forma de organizar e integrar a oferta turística do País, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização é voltada para a construção de parcerias e promove a integração, o comprometimento, o adensamento de negócios, o resgate e a preservação dos valores socioculturais e ambientais da região” (MTur, 2010, p. 30).

Um exemplo de segmentação é o diagnóstico realizado pelo Ministério em 2006, de 12 segmentos

prioritários para o turismo no país, em que se observa que alguns deles são expressivos em Parnaíba, como o Turismo Náutico e o Turismo de Sol e Praia; outros são potenciais, como o Turismo Cultural; e outros não incluídos na lista, não são comercializados como tal, a exemplo do Turismo Urbano.

Um dos segmentos turísticos que mais se observou no levantamento de bairros e atrativos turísticos de Parnaíba e sua interseção com segmentos turísticos foi o Turismo Urbano. O mesmo é reconhecido pela Organização das Nações Unidas - Turismo:

O turismo urbano/em cidades é um tipo de atividade turística que se desenvolve num espaço urbano com os seus atributos inerentes, caracterizados por uma economia de base não agrícola, como administração, indústria transformadora, comércio e serviços, e por serem pontos nodais de transporte. Os destinos urbanos/cidades oferecem uma ampla e heterogênea gama de recursos culturais, arquitetônicos, tecnológicos, sociais e experiências naturais e produtos para lazer e negócios (UN-Tourism, 2019, p. 48).

Será que a cidade não tinha um esboço de turismo urbano à época dos ciclos da carnaúba e do charque? Essa invisibilidade da cidade (Calvino (1990) é rerepresentada por Edwards, Griffin e Hayllar (2008, p. 1032):

O turismo urbano existe, de uma forma ou de outra, desde que a Mesopotâmia e a Suméria começaram a difundir o fenômeno da urbanização. As pessoas com meios e inclinação para fazê-lo eram atraídas às cidades apenas para visitar e experimentar a multiplicidade de coisas para ver e fazer... Estes lugares eram *melting pots* de cultura nacional, arte, música, literatura e, claro, magnífica arquitetura e design urbano. Era a concentração, variedade e qualidade destas atividades e atributos... que compunha sua atratividade e colocava certas cidades no mapa do turismo (...)

Porém, “a falha ao considerar o turismo como uma atividade especificamente urbana impõe uma grande restrição que impede o desenvolvimento do turismo como um sério campo de estudo” (Ashworth, 1989, p. 33). Outrossim, o turismo urbano também é “invisível” (Aldrigui, 2017). Essa interpretação do patrimônio urbano é, como diz Albano e Murta (2002) um “exercício do olhar”, que pode trazer benefícios socioambientais aos atores locais. Estudos Fonseca Filho e Cunha (2024) sobre a relação da toponímia e turismo urbano em Parnaíba apontam esse caminho, enquanto que de Lima e Fonseca Filho (2026), a riqueza cultural do turismo urbano.

O espaço artificial é “aquele onde predomina todo tipo de artefato construído pelo homem, tendo como expressão máxima a cidade” (Boullón, 2002, sp). Na morfologia da cidade há 3 escalas elementares hierárquicas: a) da rua (dimensão setorial: elementos fundamentais da paisagem urbana à escala da rua os imóveis de habitação, entendendo o imóvel como uma parcela cadastral em que a principal ocupação do solo é constituída por construção); b) do bairro

(dimensão urbana: conjunto de quarteirões com características comuns); e c) da cidade (dimensão territorial: conjunto de bairros).

De acordo com Barros (2004), bairro vem do latim *barra, bariu*, o que é separado, delimitado, trancado. A etimologia dos radicais *barr, bar*, significam terra, campo. O que se pode notar na fala a seguir sobre o bairro:

Ele é um referencial direto e decisivo, pois define territorialmente a base social de um ativismo, de uma organização, aglutinando grupos e por vezes classes diferentes (em níveis variáveis de acomodação ou tensão); catalisa a pós-referência simbólica e, politicamente, o enfrentamento de uma problemática com imediata expressão espacial: insuficiência dos equipamentos de consumo coletivo, problemas habitacionais, segregação sócio-espacial, intervenções urbanísticas autoritárias, centralização da gestão territorial, massificação do bairro e deterioração da qualidade de vida urbana (Souza, 1989, p. 140)

Pergunta-se: o que virou bairro em Parnaíba? Um curral, o Catanduvas? colônia de pescadores, o São José? O porto, o Carmo? Um prostíbulo, o Mendonça Clark? Uma “floresta”, o Fátima? Estórias contadas e fatos históricos descritos por Passos (1982), Rêgo (2010), Amorim e Cavalcante Jr. (2019), bem como matérias no Almanak da Parnahyba desde 1923 nos apontam direções desses chamados *precincts* (“espaços funcionais”) por Hayllar, Griffin, Edwards e Aldrigui (2011). Para os autores são espaços transformados para o consumo indo ao encontro do que Lefèbvre (2002) assume na relação do espaço com o capitalismo, e que Harvey (1992) observa enquanto ruptura da condição *sine qua non* da pós-modernidade.

De forma ambivalente, Mayol (2005, p. 37), considera que há duas perspectivas antagônicas sobre as maneiras de morar na cidade, no espaço do bairro: a sociologia urbana do bairro; e a análise sócio-etnográfica da vida cotidiana. Para não “embaralhar as cartas da pesquisa” – fazendo-se uma ponte com Santos (1988), que considera “a cidade como um jogo de cartas” –, buscar-se-ão limites como os definidos por aquele autor: do bairro enquanto “encenação da vida cotidiana”, ou seja, da relação entre sujeitos (moradores e visitantes) e objetos (bairros e atrativos turísticos).

O Turismo Cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MTur, 2006, p. 10).

Alguns “subsegmentos” são notáveis em Parnaíba, como o Turismo Religioso e o Turismo Literário. Aquele é “atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas” (Op. cit., p. 12). Já este, para Robinson e Andersen (2002) “é necessário considerar a literatura em termos turísticos, sendo vista em sua amplitude por ser um instrumento de expressão artística e cultural com capacidade de informar, visionar, estimular, motivar e inspirar”.

Enquanto Dick (1990), Isquierdo (2023) e Seabra (2016) observam uma forte relação de topônimos antropoculturais com a religião no Brasil e em alguns estados, pode-se constatar a relação com o turismo literário no estudo de Tondinelli (2013), que analisou topônimos de Grande Sertão Veredas, de Guimarães Rosa (1956). Em Parnaíba podemos tomar como exemplo o livro Beira Rio, Beira Vida, de Assis Brasil (1965), que não é usual sua comercialização como turismo literário.

Embora, alguns aspectos de sua obra sejam observados em roteiros não convencionais, como o de Ferreira (2019), “Caminhadas pelo Patrimônio”, que se coloca luz nos vencidos, a história dos negros em Parnaíba; e em Lima (1987), que foca nos ribeirinhos. No caso do estudo de Ferreira (Op. cit.) é possível fazer uma ponte com o de Rios e Oliveira (2022), pois, estas ao analisarem a “Pequena África” no Rio de Janeiro, expõem “memórias subterrâneas” e “narrativas de resistência” relacionadas à diáspora africana na região portuária carioca, enquanto aquela aponta a influência da escravidão e dos modos de vida voltados à cultura afro-brasileira no bairro São José, como as tradicionais escolas de samba versus o novo porto atual. Essa tensão entre o tradicional e o contemporâneo presente nos discursos do morador e para o turista se assemelha ao estudo de Frois-Braga (2011) sobre o *Belleville Tour* em Paris.

Para MTur (2018, p. 9), atrativos turísticos são “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais, culturais, atividades econômicas, eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas. Para o Sebrae (n.d., p. 12), “as características dos atrativos naturais e/ou culturais, a qualidade das atividades e experiências oferecidas, a gestão, promoção e comercialização desses empreendimentos são determinantes para o desenvolvimento e nível de competitividade do destino”. Ele pode ser natural ou cultural, formado pela soma do recurso (potencial) às interferências.

Além da curiosidade ou mesmo desconhecimento por parte dos públicos ora em questão, a ruptura com o cotidiano é premente no hostil ambiente urbano, estimulando a evasão, onde habitar, trabalhar e lazer (Krippendorf, 1989), podem ser reunidas. Se a cidade teve suas dicotomias (porto-testa branca, rio-praça, continente-ilha e outras), os mesmos são passíveis de serem estudados. Apontar esses olhares autênticos não somente valorizam a identidade do lugar (Linton, 1970), mas para “a construção da personalidade do lugar” (Yázigi, 2001).

De acordo com o Mapa Turístico (Figura 3) da cidade (PMP, 2017), há concentração dos atrativos turísticos na região central da cidade, próximo ao Rio Igarçu (um dos afluentes do Delta do Parnaíba) e do Porto das Barcas (uma das vilas originárias da cidade).

Além dos atrativos (pontos) e bairros (polígonos), há ruas e avenidas (linhas) enquanto toponímia em diversos estudos (Teis, Seide & Lucas, 2018; Bezerra, 2019; Cambraia & Seabra, 2022; Santana, 2023), cuja presente pesquisa pretende contribuir um pouco para ampliar o olhar de Passos (1982) e outros autores para a cidade de Parnaíba, atualmente com um turismo mais desenvolvido

em busca de um melhor planejamento, a exemplo da profissionalização estimulada por cursos de bacharelado em Turismo na região.

Figura 3. Mapa turístico de Parnaíba (PI).



Fonte: PMP (2017).

3 METODOLOGIA

O estudo caracteriza-se como um estudo de caso (Yin, 2005) de abordagem predominantemente qualitativa, com apoio de dados quantitativos, articulando coleta empírica e categorias analíticas derivadas do referencial teórico (Gil, 2008). A metodologia de obtenção dos dados contou com elaboração dos instrumentos de coleta de dados do tipo roteiro de entrevista semiestruturada e qualiquantitativa se deu pelo método *survey* (Babbie, 2003).

Os roteiros de entrevista foram elaborados considerando-se temáticas afins à pesquisa (toponímia, turismo e socioeconomia), dissertativas e objetivas. As entrevistas foram realizadas por alunos pesquisadores em fluxo (9 turistas) e residencial (7 moradores), gravadas em

áudio no formato .mp3, em consonância com a Licença Ética em Pesquisa CAAE 68444223.0.0000.0192.

Após os campos, as entrevistas foram transcritas em escritório, no *Google Docs*, tabuladas no *Google Sheets* institucionais da UFDPAr; e a citação aos entrevistados buscou preservar o anonimato (M=morador, T=turista). Na sequência, os dados foram organizados de acordo com o método análise de conteúdo (Bardin, 2006).

Comparando-se Passos (1982) com o Plano Diretor de Parnaíba (PMP, 2018), observou-se que alguns bairros tiveram suas denominações alteradas, sendo que grande parte dessas mudanças foi influenciada pelo contexto religioso da cidade. Este fenômeno merece atenção especial durante a tabulação dos resultados e nas discussões posteriores, uma vez que permite explorar a interseção entre a esfera religiosa e a identidade urbana. Ao compreender como essas influências se refletem na nomenclatura dos bairros, é possível traçar conexões mais profundas entre a fé, a história e a evolução da comunidade, que moldaram o panorama urbano da cidade.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os nomes próprios Piauí e Parnaíba têm seus significados. Enquanto aquele vem do tupi *piaby*, que significa "rio das piabas" (piaba ou *pi(r)awa*, "piaba" ou "piau" + "y" "rio", ou ainda, "rio de piaus". Inicialmente, as terras do Piauí receberam a denominação de Piagüí, nome dado pelos seus indígenas. Mais tarde, chamaram-nas Piagoí. Somente depois é que ficaram conhecidas por Piauí. O topônimo "Piauí" vem da língua tupi, na qual significa "rio das piabas" (também chamadas de piava ou piau). Também existe a teoria que a palavra Piauí significa "terra dos piagas", ou seja, terra de pajés e povos indígenas. Com esse levantamento, foi possível identificar quais topônimos se encaixam em cada bairro, os nomes que esses bairros já tiveram, as opções de turismo que podem ser exploradas nesses locais e, principalmente, as explicações para a origem dos nomes dos bairros, conforme recorte do Quadro 1.

Quadro 1. Taxonomia toponímica de alguns bairros e atrativos de Parnaíba (PI).

Tipo	Topônimo		Taxonomia	Definição
	Oficial	Alternativos		
Bairros	Catanduva	Testa Branca	1 (2 / 3)	1 fitotopônimo: relacionados a plantas 2 cromotopônimo: relacionados a cores 3 zootopônimo: relacionados a animais 4 hagiotoopônimo: nomes de santas e santos 5 geomorfotopônimo: relacionados ao relevo 6 hidrônimo: relacionados à água 7 sociotopônimo: relacionados a aglomerados humanos resultantes das relações entre os membros de uma comunidade
	São José	Tucuns	4 (1)	
	Nossa Senhora de Fátima	Macacal	4 (3)	
Atrativos	Delta do Parnaíba	Delta	5 / 6	
	Porto das Barcas	Porto Salgado	5 / 7	
	Praça da Graça	Lagoa da Onça	4 / 5 (6 / 3)	

Fonte: dados da pesquisa a partir de Dick (1975).

A maioria é de antropônimos, sendo hagiotoopônimos (bairros São José, Bairro de Fátima, São Judas Tadeu, Santa Luzia, São Judas Tadeu, São Vicente de Paula e São Benedito; atrativos Praça Santo Antônio, Praça da Graça, igreja de Nossa Senhora da Graça e Praça de Santo Antônio) e hierotopônimos (Bairro do Carmo, Frei Higino, João XXIII), enquanto outra menor, à natureza, em especial da geodiversidade, com destaque para geomorfotopônimos

(Campos, Alto Santa Maria, Planalto, Tabuleiro e Pedra do Sal), hidrônimos (Bebedouro e Igarçu) e hidrônimos-hierotopônimos (Delta do Parnaíba, Lagoa do Portinho e Beira Rio), mas também da biodiversidade, com destaque para zootopônimos (Sabiazal e Cantagalo) e "clima" (Primavera) – as demais taxonomias e classificações serão desenvolvidas ao longo do trabalho (Figura 4), demonstrando a diversidade da cidade, denotando uma visão holística do patrimônio, integrando o cultural e o natural

na formação (dos nomes) dos lugares. Essa conjuntura repercute em potenciais segmentos turísticos pouco comercializados enquanto tal, e.g., turismo cultural, turismo religioso, turismo de eventos etc. (Figura 5).

Trazendo à luz os antropônimos e hierotopônimos (referente aos nomes próprios e individuais e a nomes sagrados, respectivamente), o primeiro táxon, costuma estar ligado a importantes pessoas que fizeram parte da história de Parnaíba, principalmente aqueles que tinham cargos de poder na cidade. Dick (1990) fala que antropônimos não apenas marcam a identidade cultural das regiões, mas também refletem as influências políticas e sociais das épocas em que foram estabelecidos, servindo como um meio de preservação histórica e cultural. Por sua vez, o segundo táxon também ratifica outro estudo da autora (1992), que a toponímia religiosa no Brasil é um reflexo da evangelização e catequese. Evidenciando, assim, a influência católica na nomenclatura dos espaços urbanos (e rurais). Isso facilmente é visto na cidade de Parnaíba onde a igreja e o catolicismo estão presentes na história da cidade até os tempos atuais, vide festejos de São João, São Francisco, São Sebastião, São José, dentre outros.

Figuras Nuvens de palavras de bairros e atrativos turísticos de Parnaíba (PI) quanto a 4. Tipos de topônimos; e 5. Relação de toponímias e segmentos turísticos



Fonte: Word Cloud Generator (2024).

Adentrando-se nas percepções dos entrevistados, a maioria deles preferem a toponímia oficial:

"O nome atual, porque eleva, assim, um nome até mais adequado, né, bairro de Fátima, e devido à história, né [sic], de como surgiu, como surgiu a história do bairro, né, que foi devido à Nossa Senhora passar pelas avenidas, pelo bairro, pela primeira vez, e era até um anseio da comunidade que construiu. Uma igreja, assim como foi construída a igreja, que pegou o nome igreja de Fátima e o bairro de Nossa Senhora de Fátima" (M2)

"Porque o outro é feio" (M3)

"Porque ele é santo e protege o bairro" (M4)

"Porque o bairro é Nossa Senhora do Carmo, coroa isso não existe mais" (M5)

"Muita gente fala que o nome Coroa é o nome, assim, é lá desse lugar, né? Mas só que aqui tinha muita coisa feia, feia que ninguém pode nem comentar, viu [sic] sabe que coisinha é que não vale nem a pena falar? Dizem que aqui tinha mais do que em outros bairros, né [sic], aí tem gente que... Eu, pelo menos, que se eu saio para outro bairro e falar, ei [sic], de

onde você é? Eu digo assim, eu não digo que sou da Coroa" (M6)

As falas evidenciam o argumento de Tuan (1983, p. 83) de que "quando o espaço nos é inteiramente familiar, se torna lugar". Mas também tem quem prefere a antiga toponímia, demonstrando um sentimento de "lugar perdido", deslocado:

"Pra [sic] mim eu preferi o antigo. pelo menos tem alguma ligação com a história do bairro anterior, tipo, que é mais tinha uma história toda por trás dele, que era porque tinha muito mato, alguma coisa assim, e era tipo alagado, tinha lagoa, aí tinha muito macaco, algo do tipo. Aí pelo menos tinha uma história bonitinha por trás. Agora, por que mudou pra [sic] Bairro de Fátima" (M1)

Esta fala corrobora Rezende (2020, p. 8) ao afirmar que "o contexto extralinguístico é fundamental para a classificação de um nome como paralelo e que a busca de sua motivação denominativa exige, impreterivelmente, o conhecimento da história oral e popular não documentada".

Por sua vez, a moradora do Centro, que não mudou de nome, todavia o centro histórico não corresponde ao único centro comercial da cidade, havendo outros como nas Avenidas Pinheiro Machado, São Sebastião, João Silva Filho, dentre outras.

"Centro eu adoro. Como se eu fosse sair daqui para morar em outro lugar. Minhas filhas, beleza? Eu permiti [sic] sair. Elas falam, mamãe, saia daqui, está antigo. Essa casa é antiga. Essa casa, como é que se diz aqui? Passa por um tombamento, não tem que sair, não. Eu fico aqui, porque se eu quiser vir aqui no centro, eu vou 10 minutos" (M7)

Comparando-se com o conhecimento da história de atrativos da cidade, a maioria dos turistas não soube responder, mas há duas falas interessantes, todas sobre o Porto das Barcas, um cartão-postal de Parnaíba:

"O porto das barcas, eu sei porque era o porto onde chegavam as barcas da cidade. Isso sim, porque eu visitei com uma nativa, tipo a minha namorada, que me explicou. Não que tivesse, assim, em algum lugar dito, entendeu [sic], escrito, mas sei por isso. E só" (T6)

"Eu já vi bastante a história do nome do Porto das Barcas, né, sobre as ruínas. Quando eu era mais nova que eu vim aqui, eu fiquei sabendo bastante dessa história, ficou muito assim, eu fiquei muito impressionada" (T10)

Durante as entrevistas, notamos uma preferência crescente pelos novos nomes, especialmente aqueles relacionados a entidades religiosas, os hierotopônimos, influenciados pela predominância da religião católica na comunidade, isso pode ser notado nas religiões das pessoas entrevistadas.

Com os turistas foi possível entender qual a importância do nome do atrativo turístico que estão visitando:

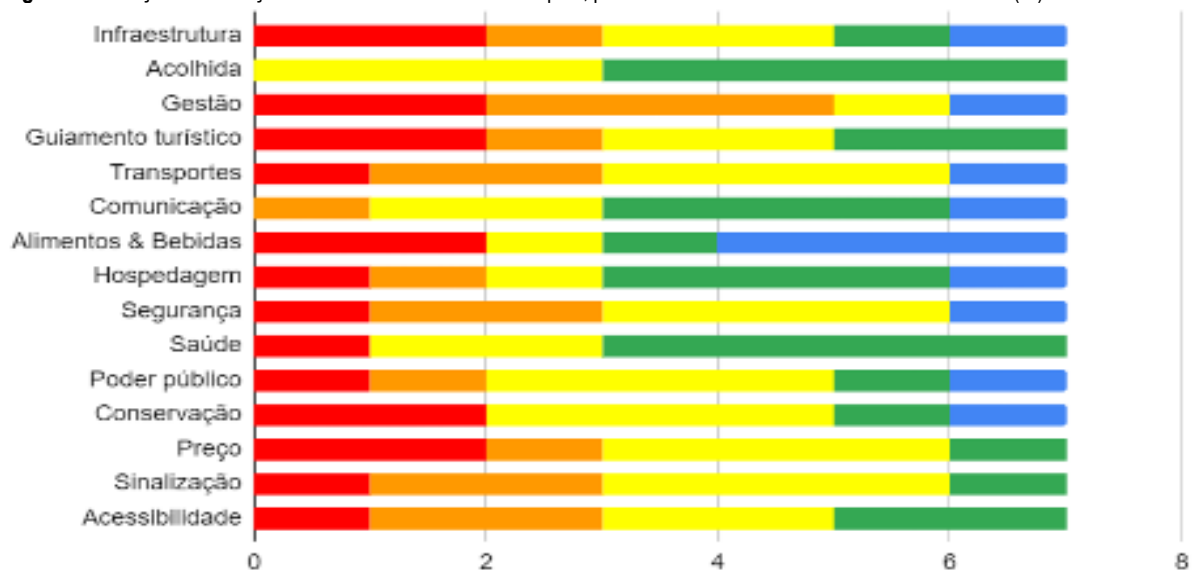
“O nome instiga as pessoas a irem visitar” (T4)
 “Quando a gente vai conhecendo o lugar, e conhece a história do nome daquele lugar e porque tem aquele nome, tem outro significado” (T6)
 “Esse interesse em saber, vai fazer a pessoa querer entender a respeito” (T7)

Neste aspecto, Sousa (2012) observou o processo de turistificação da Ilha do Medo (MA) como impacto negativo (medo) no modus vivendi da comunidade. Já Sant’Anna e

Fratucci (2024) chamam de “apego ao lugar” ao observarem em espaços rurais, que se assemelham a alguns “bairros urbanos”, como algumas áreas dos bairros de Fátima e do Carmo.

O indicador mais bem avaliado são os alimentos & bebidas (A&B) para ambos entrevistados, sendo o pior: gestão para a comunidade (Figura 6) e poder público para os turistas (Figura 7). O indicador com menos avaliações negativas foi a acolhida para a comunidade e segurança, preço e saúde para os turistas.

Figura 6. Avaliação dos serviços e infraestrutura turística e de apoio, pelos entrevistados da Comunidade de Parnaíba (PI).

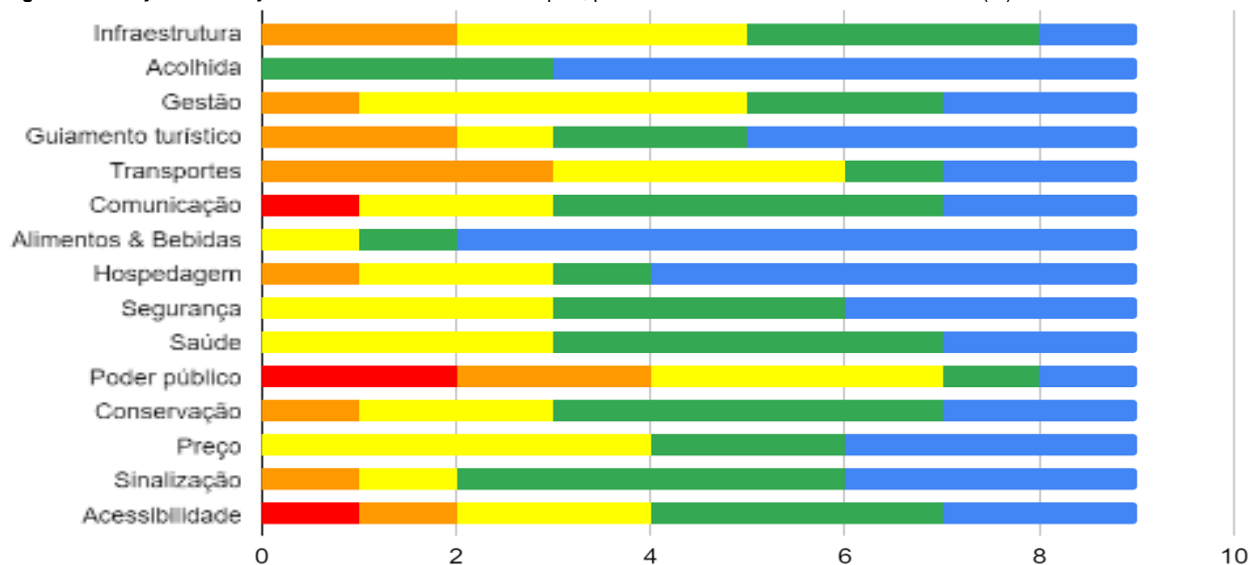


Fonte: dados da pesquisa (2024). Vermelho = 1, Laranja = 2, Amarelo = 3, Verde = 4, Azul = 5.

Quanto aos dados socioeconômicos, a maioria dos entrevistados (Quadro 2) têm: curso superior (63%), é idosa (69%) - com idade média de 44 anos -, do sexo feminino (75%) - todos entrevistados se declararam cisgênero -, se

considera parte (75%) e de religião católica (69%). Parte dos dados encontrados vai ao encontro da pesquisa da CEPRO (2013), demanda turística masculina (60%), por outro lado a idade é adulta (cerca de 85%).

Figura 7. Avaliação dos serviços e infraestrutura turística e de apoio, pelos entrevistados dos Turistas de Parnaíba (PI).



Fonte: dados da pesquisa (2024). Vermelho = 1, Laranja = 2, Amarelo = 3, Verde = 4, Azul = 5.

Quadro 2 - Dados socioeconômicos dos entrevistados

N	Entrevistado		Bairro / Atrativo	Profissão	Idade	Sexo	Etnia	Religião
	Tipo	Amostra						
1	Comunidade	C1	Nossa Senhora de Fátima	mecânico	77	masculino	amarelo	católico
2		C2		do lar	66	feminino	parda	católica
3		C3	São José	professora	79	feminino	branca	católica
4		C4		fisioterapeuta	29	masculino	parda	não tem
5		C5	Nossa Senhora do Carmo	professora	60	feminino	parda	católica
6		C6		estudante	20	feminino	branca	não tem
7		C7	Centro	do lar	83	feminino	parda	católica
9	Turista	T2	Porto das Barcas	do lar	45	feminino	parda	católica
10		T3		administrador	29	masculino	parda	espírita
11		T4		advogada	24	feminino	parda	católica
12		T5		superior completo	58	feminino	parda	católica
13		T6		ensino médio completo	33	feminino	parda	umbandista
14		T7		economista e administrador	30	masculino	parda	evangélico
15		T8		superior completo	37	feminino	parda	católica
16		T9		historiadora e geógrafa	64	feminino	branca	católica
17		T10		enfermeira	26	feminino	parda	evangélica

Fonte: dados da pesquisa (2024). O T1 foi invalidado por não atender a critérios de inclusão da pesquisa.

Destaca-se que o perfil do visitante Parnaíba (Op. cit.) é: de lazer (61%), avalia os atrativos do patrimônio histórico-cultural negativo (31%) - enquanto os naturais como positivos (83%). Por sua vez, equipamentos e serviços turísticos como A&B foram avaliados negativamente (40%), na contramão dos resultados da pesquisa; enquanto que se corrobora a hospitalidade (81%).

Escutar os dois perfis de entrevistados possibilitou perceber o discurso que demonstra as vivências dos mesmos, carregando suas bagagens de onde vieram, onde cresceram, o que sentem. Esses diálogos em que o entrevistado é o protagonista, e o pesquisador coadjuvante, geram informações para tornar esses lugares “dignos de lembrança”, o que Nora (1993, p. 21-22) denominou “lugares de memória”. Light (2014, p. 19) é assertivo que:

Práticas turísticas podem iluminar questões muito mais amplas que fãs-clubes, cultura de celebridades e memória popular. No geral, os nomes dos lugares representam uma lente distinta através da qual examinar (e desenvolver uma compreensão mais rica) da produção e do consumo do lugar para o turismo e turistas.

Gauchon (2021) assume outra abordagem, a decolonial. Estudando a toponímia francesa, o autor propõe uma “colonização toponímica” e um “imperialismo toponímico”. Se trouxermos para lugares na realização dos recentes Jogos Olímpicos de Paris em 2024, é possível observar na fala de um livreiro de barraquinhas à margem do Rio Sena:

As pessoas vêm nos ver, assim como vêm para ver a Torre Eiffel e a Notre Dame, mas querem nos esconder durante uma cerimônia que supostamente representa Paris (Jérôme Callais, presidente da associação de livreiros de Paris).

Caiazzo, Coates e Azaryahu (2020, p. 11) apresentam um interessante olhar a respeito da manipulação de nomes para fins que diminuem o patrimônio da comunidade enquanto sujeitos:

A política dos nomes trata da nomeação como alocação de significado resultante do uso manipulativo de nomes para fins de propósito ideológico. Isto também se aplica ao mundo do turismo, onde os nomes podem desempenhar um papel estratégico na marca de lugares e tradições em virtude da sua capacidade de sugerir distinção, originalidade ou autenticidade. Em outras palavras, um nome pode tornar-se uma ferramenta para (re)criar atrações turísticas e (re)moldar a identidade de lugares, comunidades e seu patrimônio. O chamado turismo patrimonial, que se tornou um setor cada vez mais importante na economia de muitos países, pode ser tomado como um exemplo da mercantilização da singularidade e tradição em que a continuidade cultural é legitimada através de uma narrativa processo que concede autenticidade a sites específicos.

Como exemplo dessa relação toponímica com o patrimônio, Nwaha (2020, p. 37649) cita o grupo étnico da África ocidental Baasa'a:

Aqui [Camarões], o nome de uma aldeia, por exemplo, é mais frequente do que o de um ancestral comum, explicando a relação de filiação. A escolha e atribuição de topônimos decorrem de uma escola de sabedoria que leva em conta a durabilidade. De geração em geração, os humanos devem salvaguardar estes topônimos, compreender o seu significado, bem como o seu contexto sócio-histórico de sua origem. Contudo, pessoas de outras comunidades falharam no seu dever quando entraram contato com línguas e culturas estrangeiras e não conseguia mais transmitir e valorizar a cultura dos ancestrais.

Antono e Kayati (2023) estão em sincronia ao observar que topônimos em Bangkalan, na Indonésia, criam um turismo artificial com pouca valorização dos aspectos culturais relacionados ao folclore e cerimônias. Gin e Cacciafoco (2021, p. 1) põem luz sobre a importância dos topônimos para “uma compreensão mais profunda da língua,

cultura e sociedade Abui”, língua falada pelos Papuas, na Ilha Alor, no sudeste asiático.

Trazendo para um olhar da sustentabilidade, em especial a social, para “garantir dignidade e equidade” vide Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS) 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis e 12 - Consumo e Produção Responsáveis (ONU, 2015), Lemmi e Tangheroni (2011) analisaram a rota da Via Francigena na Toscana, Itália e encontraram “áreas economicamente importantes desde as suas origens, ricas em recursos e qualidade cultural, outras vistas como ‘menores’, mas suficientemente vibrantes graças às novas políticas rurais e, finalmente, alguns outros áreas marginais”.

Acredita-se que a mudança da toponímia de bairros e de atrativos turísticos de Parnaíba e mesmo a criação de novos, tenha apresentado o que Santos e Silveira (2001) denominam “território usado” e “território negligenciado”, ou seja, espaço geográfico usado pela sociedade e esquecido, respectivamente. Assim, de certa forma, “Tucuns” (São José), “Corôa” (Nossa Senhora do Carmo) e “Macacal” (Nossa Senhora de Fátima) são territórios negligenciado (usado), pelo “poder de esquecimento” (“de memória”) (Halbwachs, 1990) das comunidades dos bairros. Aqueles estariam para o que Augé (1992) chamaria de “não lugares” e estes para o que Certeau (1994) de “lugar praticado”. A própria mudança de localização de monumentos, como no caso da Estátua da Águia, até 1973 na Rua Grande e desde então na Avenida São Sebastião, respectivamente vetores econômicos antigo e atual.

O Grupo de Especialistas das Nações Unidas em Nomes Geográficos (UNGEGN, 2020) ratifica a importância da sustentabilidade dos nomes geográficos. Trazendo a expressão para o turismo, temos o turismo sustentável, que é compreendido pela Organização das Nações - Turismo (ONU-Turismo) como:

Desenvolvimento que atenda às necessidades de turistas e de regiões anfitriãs, protegendo e aumentando as oportunidades para o futuro. (...) a gestão de todos os recursos de tal forma que necessidades econômicas, sociais e estéticas podem ser satisfeitas enquanto mantendo a integridade cultural, ecológicas essenciais processos, diversidade biológica e sistemas de suporte à vida.

O UNGEGN continua: “a definição por si só sugere implicitamente que os nomes geográficos são intrínsecos ao turismo sustentável, não apenas na nomeação de atrações turísticas e locais de interesse, mas também em abordar questões de patrimônio cultural e natural, e povos indígenas, que são áreas-chave de trabalho para toponimistas” (Op. cit., p. 5).

Pelo exposto pode-se dizer que os resultados desta pesquisa fomentam as discussões já em andamento, dando um novo olhar para o turismo em Parnaíba, a cidade pela lente de “imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras de vida” (Gastal, 2005, p. 74). Entretanto, o poder público e as

empresas turísticas devem dialogar com as comunidades, estando atentos às toponímias já existentes - grande parte sociotoponímica - em função de proposição de mudanças - muitas das vezes hagi-toponímicas -, buscando entender a história e a motivação, consoante sem considerar “o outro”, pelo poder (tomando) tomando o lugar em território.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A toponímia tem uma função social e pode ser compreendida, neste estudo, como uma mediação simbólica relevante para o turismo. Dar nomes aos lugares nos aproxima deles, nos orienta, fortalece uma herança para além da vida cotidiana. Cidades do Brasil Colônia, nascidas de vilas, se identificaram com algum símbolo, um rio, um porto, uma fazenda, uma família. Parnaíba, segunda cidade mais populosa do estado do Piauí, polo regional litorâneo, tem uma rica história por vezes lembrada em parte dela e por parte de sua população. “Des-cobrir” essa história, tanto para moradores quanto para turistas, é uma responsabilidade social de instituições de pesquisa, como a Universidade [anônimo]. O que foi possível alcançar na primeira fase do estudo.

Assim, se comprovou que há topônimos oficiais que substituíram topônimos originários, que há percepções diferentes entre os moradores dos bairros, que a mobilidade turística não foi motivada pela toponímia, potencialidade do patrimônio cultural (material e imaterial) e natural enquanto produto turístico, bem como primeiras impressões de segmentos turísticos associados. Todavia, há uma demanda por esse conhecimento, por relembrar nomes antigos (talvez retorná-los como uma postura “descolonizadora”?)¹.

Em termos de limitações da pesquisa, acredita-se que seria necessário aumentar a amostra de entrevistados, a moradores de bairros mais periféricos; entrevistas a gestores do patrimônio; parceria com cientistas de outras áreas do conhecimento (História, Sociologia, Museologia e afins) e pós-graduação, para uma maior interdisciplinaridade e interinstitucionalidade; aprofundar a análise de conteúdo e fazer análise de discurso; e maior pesquisa documental e cartográfica. Como cenários (à época da submissão deste artigo), foi realizada a segunda fase da pesquisa, com entrevista a gestores (em avaliação em outro periódico científico); captação de recursos financeiros para custear diárias de campo de alunos; e projeto de pesquisa e de extensão (em andamento) de lugares de memória de Parnaíba.

Estima-se que o estudo contribuiu para o início do desenvolvimento de uma narrativa para preservação e celebração da herança cultural e histórica de Parnaíba, fortalecendo o sentimento de pertencimento e enriquecendo a experiência dos turistas. Assim como Torres-Garcia², aponta-se para “nosso Sul” e o “olhar do vencido” de Bispo³, para um horizonte onde ouvir as pessoas, em especial turistas e moradores, somará para um turismo mais responsável, um certo *soft-power*, com tomada de decisões *bottom-up*.

¹Descolonizar implica em “mudança de vítimas para protagonistas da história, explore os possíveis caminhos para um futuro mais justo” (Santos, 2022).

² Torres-Garcia, J. (1943). América Invertida. Recuperado de <https://historiasdasamericas.com/america-invertida/>

³Bispo dos Santos, A. (2023). A terra dá, a terra quer. São Paulo: Ubu.

REFERÊNCIAS

- Albano, C., & Murta, S. M. (2002). *Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte, Editora UFMG.
- Aldrigui, M. (2017). *Turismo urbano: um olhar para o quase invisível*. Revista do Centro de Pesquisa e Formação, 4, 131-143. <https://www.sescsp.org.br/wp-content/uploads/2024/10/10-TURISMO-URBANO-UM-OLHAR-PARA-O-QUASE-INVISIVEL.pdf>
- Almanak da Parnaíba. (1924-1994). Recuperado de http://www.mundosdotrabalho.com.br/p/almanaques-da-parnaiba_2.html.
- Amorim, F. O., & Cavalcante Jr., I. G. (2019). *Parnaíba: ver, sentir, dizer*. Teresina: Ed. da UFPI.
- Anjos, M. A. L. dos. (2012). *Marcas toponímicas em solo piauiense: seguindo as trilhas das águas* (Tese de doutorado). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/LETR-8Y4Q5E/1/1383d.pdf>
- Antono, M. N., & Kayati, A. N. (2023). Artificial Tourism Toponymy in Bangkalan. In A. Ambarwati et al. (eds.). *Annals... 3rd International Conference on Language, Literature, and Cultural Education (ICON-LLCE 2023)*, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, pp. 132-143.
- Ashworth, G. (1989). Urban tourism: An imbalance in attention. In C. Cooper (Ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (pp. 33-54). London: Bellhaven.
- Augé, M. [1992]. *Não lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Lisboa: 90 Graus.
- Babbie, E. (2003). *Metodologia survey*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Bardin, L. [1977] (2006). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barros, S. A. L. (2004). A escala do bairro e o conceito de lugar urbano: o caso de Apipucos e Poço da Panela no Recife. *Revista PosFAU*, 56-74. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2317-2762.v0i15p56-74>
- Bastiani, C., Andrade, K. S., & Pereira, C. M. R. B. (2018). Toponímia e Geografia: diálogos possíveis no contexto da teoria da interdisciplinaridade. *Revista Caminhos de Geografia*, 19(65), 109-124. <https://doi.org/10.14393/RCG196509>
- Beni, M. C. (1998). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.
- Bezerra, L. M. (2019). As avenidas da minha cidade: observações a respeito das nomenclaturas. *Research, Society and Development*, 8(8), 1-18. <https://doi.org/10.33448/rsd-v8i8.1215>
- Brasil, F. de A. A. (1965). *Beira Rio, Beira Vida*. Teresina: FUNDAP.
- Caiazza, L., Coates, R., & Azaryahu, M. (Eds.) (2020). *Naming, identity and tourism*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Callai, H. C. (2002). Estudar o lugar para compreender o mundo. In A. C. Castrogiovanni, H. C. Callai, & N. A. Kaercher (Eds.), *Ensino de geografia: práticas e textualizações no cotidiano* (2ª ed., pp. 83-133). Porto Alegre: Mediação.
- Calvino, I. [1972] (1990). *As cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Carlos, A. F. A. (1996). O lugar no/do mundo. In J. Soares (Ed.), *Estudos de Geografia e Sociedade* (pp. 41-58). São Paulo: Hucitec.
- Castro, C. A. R. (2012). Ciudades del turismo, imaginarios y topónimos. In A. Gómez (Ed.), *Turismo y Transformaciones Urbanas* (pp. 121-135). Madrid: UPM.
- Certeau, M. de. (1994). *A invenção do cotidiano 1: artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Claval, P. (1995). *A geografia cultural*. Florianópolis: Ed. da UFSC.
- Dick, M. V. P. do A. (1990). *A motivação toponímica e a realidade brasileira*. São Paulo: Arquivo do Estado.
- _____. (1975). *O problema das taxinomias toponímicas: uma contribuição metodológica*. São Paulo: Revista Língua e Literatura.
- _____. (1992). *Toponímia e antroponímia no Brasil: coletânea de estudos*. São Paulo: Serviço de Artes Gráficas/FFLCH/USP.
- Diedrich, M. H., & Machado, N. T. G. (2020). Toponímia: cultura e patrimônio do Rio Grande do Sul. *Caderno Prudentino de Geografia*, 1(42), 98-117. <https://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/view/6915/5478>
- Doro, M. P. M. (2011). *A onomástica no discurso publicitário turístico das estâncias hidrominerais: Águas de São Pedro, um estudo* (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo. http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8139/tde-29062011-144418/publico/2010_MariadaPenhaMarinovicDoro.pdf
- Dubois, J., Giacomo, M., Guespin, L., Marcellesi, C., Marcellesi, J.-B., & Mevel, J.-P. (2006). *Dicionário de linguística*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>
- Ferreira, I. S. Q. (2019). *Meu bairro é meu patrimônio: educação patrimonial no conjunto histórico e paisagístico de Parnaíba - Piauí*. Dissertação (Mestrado em Artes, Patrimônio e Museologia) - Parnaíba, Universidade Federal do Delta do Parnaíba.
- Florida, R. (2008). *Who's your city: How the Creative Economy is making where to live the most important decision of your life*. New York: Basic Books.
- Fonseca Filho, R. E., & Cunha, J. M. A. da. (2024). Topônimos da Parnaíba: possibilidades para um Turismo Urbano. *Arqueos Perspectivas em Diálogo*, 58, 568-595.
- Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra.
- Frois-Braga, H. (2011). Belleville Tour: um roteiro palimpséstico por Paris. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 1(1), 65-68. Recuperado de <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/2977>
- Gastal, S. (2005). *Turismo, imagens e imaginários*. São Paulo: Aleph.
- Gauchon, C. (2021). The Toponymy of Tourism and Leisure: General Framework and Lessons from France. In S. L. T. Gin & F. P. Cacciafoco (Eds.), *Toponyms as a Gateway to Society: An Abui Case Study* (pp. 1-18). Old World: Journal of Ancient Africa and Eurasia.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Harvey, D. (1992). *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- Hayllar, B., Griffin, T., Edwards, D., & Aldrigui, M. (2011). Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos. In A. Ribeiro (Ed.), *Espaços Turísticos Urbanos* (pp. 101-121). São Paulo: Elsevier.
- IBGE. (2024). *Cidades: Parnaíba*. Recuperado de <https://cidades.ibge.gov.br>
- IPHAN. (2008). *Cidades do Piauí testemunhas da ocupação do interior do Brasil durante o século XVIII: Conjunto Histórico e Paisagístico de Parnaíba*. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. http://portal.iphan.gov.br/files/volume_parnaiba/pi_conjunto_historico_e_paisagistico_de_parnaiba.pdf
- Isquierdo, A. N. (Org.) (2023). *Toponímia urbana no Brasil: estudos*. Campo Grande: Ed. UFMS.
- Leite, J. E. R. (2010). *Fundamentos de Linguística*. Recuperado de: https://grad.lettras.ufmg.br/arquivos/monitoria/LEITE_2010.pdf

- Lemmi, E., & Tangheroni, M. S. (2011). The importance of place names in the Sustainable Tourist Development of the inland areas of Tuscany: toponyms along the Via Francigena. *Actes... XXIV Congrès International d'ICOS sobre Ciències Onomàstiques*. Secció 8 - Els noms en la vida quotidiana, pp. 1869-1879.
- Light, D. (2014). Tourism and toponymy: commodifying and consuming place names. *Tourism Geographies*, 16(1), 141-156. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2013.868031>
- Lima, A. D. R., & Fonseca Filho, R. E. (2026). Arte urbana de Parnaíba (PI) enquanto turismo urbano. *Revista Turismo & Cidades*, 8, 44-69. <https://doi.org/10.18764/2674-6972v8n15e25362>
- Lima, R. S. [1987] (2024). *Vareiros do Rio Parnaíba & outras histórias*. 2a ed. Parnaíba, PI: Instituto Amostragem.
- MTur (2006). *Marcos conceituais*. Brasília: Ministério do Turismo.
- _____. (2007a). *Roteiros Brasil*. Brasília: Ministério do Turismo.
- _____. (2007b). *Roteirização turística*. Brasília: Ministério do Turismo. https://regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf
- _____. (2018). *Glossário do turismo*: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. Recuperado de <https://www.mtur.gov.br/>.
- _____. (2024). *Polo Costa do Delta*: Mapa do turismo brasileiro. Recuperado de <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html>.
- Nwaha, S. (2020). The toponyms and their meanings among the Basa'a people: Towards a preservation of cultural and ancestral heritage. *International Journal of Development Research*, 10(7), 37649-37653. <https://doi.org/10.37118/ijdr.19324.07.2020>
- Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire – I: La République*. Paris: Gallimard.
- OMT. (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca/ Organização Mundial de Turismo.
- ONU. (2015). *Objetivos do Desenvolvimento Sustentável*. Recuperado de <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>.
- Passos, C. (1982). *Cada rua sua história*. Parnaíba, PI: Editora do Autor.
- PMP. (2017). *Guia turístico de Parnaíba*. Parnaíba (PI), Prefeitura Municipal de Parnaíba.
- _____. (2018). *Plano Diretor de Parnaíba*. Revisão. Parnaíba (PI), Prefeitura Municipal de Parnaíba.
- Rêgo, J. M. A. N. (2010). *Dos sertões aos mares: história do comércio e dos comerciantes de Parnaíba (1700-1950)* (Tese de doutorado). Universidade Federal Fluminense, Niterói. <https://www.historia.uff.br/stricto/td/1279.pdf>
- Relph, Z. C. (1979). As bases fenomenológicas da geografia. *Geografia*, 7(4), 1-25. <https://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/ageo/article/view/14763>
- Rezende, R. M. (2020). *O nome do lugar e o lugar do nome: Toponímia e memória em terras goianas* (Tese de doutorado). Universidade Estadual Paulista, Araraquara. <https://repositorio.unesp.br/bitstreams/bbf98f07-ce6f-4a43-9e80-af8686cd56ff/download>
- Rios, D. A., & Oliveira, M. A. S. A. (2022). Tourism in Urban Intervention Processes: the Case of Little Africa (RJ). *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 12(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6872521>
- Rosa, G. (1956). *Grande Sertão: Veredas*. São Paulo: José Olympio.
- Sant'Anna, E. S., & Fratucci, A. C. (2024). O papel do apego de residentes ao lugar no design de experiências turísticas no espaço rural. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 18, e-2953. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v18.2953>
- Santos, B. de S. (2022). *Descolonizar: abrindo a história do presente*. Belo Horizonte: Autêntica Editora; São Paulo: Boitempo.
- Santos, B. de S., & Meneses, M. P. (Eds.). (2010). *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez. <https://ebp.org.br/epistemologias-do-sul/>
- Santos, C. N. F. dos. (1988). *A cidade como um jogo de cartas*. Niterói, RJ: Universidade Federal Fluminense: EDUFF; São Paulo: Projeto Editores.
- Santos, L. E. N. (2020). Toponímia e Lugar: os significados múltiplos dos logradouros públicos no município de Grajaú, MA. *Caderno de Geografia*, 30(62), 612-626. <https://doi.org/10.5752/P.2318-2962.2020v30n62p612>
- Santos, M., & Silveira, M. L. (2001). *O Brasil: Território e sociedade no início do século 21*. Rio de Janeiro: Record.
- Seabra, M. C. T. C. (2016). Variação e mudança linguística de topônimos. In D. S. S. Costa & D. R. Bençal (Eds.), *Nos caminhos do léxico* (pp. 1-20). Campo Grande: UFMS.
- Seabra, M. C. T. C., & Cambráia, C. N. (2022). A batalha dos topônimos: reversão toponímica nos primórdios da cidade de Belo Horizonte. *Revista Humanidades e Inovação*, 9(21), 84-100.
- Sebrae. (n.d.). *Entendendo o atrativo turístico*. Recuperado de <https://www.sebrae.com.br/>.
- Solís, G. (1997). *La gente pasa, los nombres quedan...* Introducción en la toponímia. Lima: G. Herrera Editores.
- Sousa, A. M. (2010). *Toponímia e ensino*: propostas para a aplicação no nível básico. Recuperado de http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/LinguaPortuguesa/toponimia_e_ensino_propostas.pdf
- Sousa, E. L. de. (2012). Pelas fronteiras do medo: resistência ao processo de implantação do turismo na Ilha do Medo – Maranhão, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 5(3), 356-382. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v5i3.463>
- Tondinelli, P. G. (2013). Viagem pelo Sertão Rosiano: estudo toponímico de Grande Sertão: Veredas. *Anais do SILEL*, 3(1), 1-10. https://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/wp-content/uploads/2014/04/silel2013_216.pdf
- Tuan, Y.-F. (1983). *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel.
- UNGEGN. (2023). *United Nations Group of Experts on Geographical Names*. Recuperado de <https://unstats.un.org/unsd/ungegn/>.
- UN-Tourism. *Tourism Definitions*. Paris: United Nations - Tourism. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>
- World Cloud Generator. (2024). *Nuvens de palavras*. Recuperado de <https://www.wordclouds.com/>.
- Yáziği, E. (2001). A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 15(4), 690-705.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Agradecimentos

O primeiro autor agradece pelo Auxílio financeiro pesquisador PROPOPI UFDPAr 01/2024, e ao Mestrado em Artes, Patrimônio e Museologia pelo apoio. O segundo e quarto autores agradecem ao CNPq pela bolsa. A terceira autora agradece à PROPOPI pela ICV. Os autores agradecem ao curso de Bacharelado em Turismo da UFDPAr pelo apoio, aos entrevistados pela concessão das entrevistas, ao CEP/UFDPAr pela licença ética em pesquisa e ao editor e avaliadores da ABET/UFJF pelas contribuições para melhoria do artigo.

Declaração Créditos sobre autoria

Termo	Definição	Autor 1	A2	A3	A4
Conceitualização	Ideias; formulação ou evolução de objetivos e objetivos de investigação abrangentes	X			
Metodologia	Desenvolvimento ou concepção de metodologia; criação de modelos	X			
Software	Programação, desenvolvimento de software; concepção de programas de computador; implementação do código informático e algoritmos de suporte; teste dos componentes de código existentes	X			
Validação	Verificação, quer como parte da atividade quer separadamente, da replicação/reprodutibilidade global dos resultados/experimentações e outros resultados da investigação	X			
Análise formal	Aplicação de técnicas estatísticas, matemáticas, computacionais, ou outras técnicas formais para analisar ou sintetizar dados de estudo	X	X		
Investigação	Condução do processo de investigação e investigação, realizando especificamente as experiências, ou recolha de dados/evidências		X	X	X
Recursos	Fornecimento de materiais de estudo, reagentes, materiais, pacientes, amostras de laboratório, animais, instrumentação, recursos informáticos, ou outras ferramentas de análise	X			
Curadoria de dados	Atividades de gestão para anotar (produzir metadados), lapidar dados e manter dados de investigação (incluindo código de software, onde é necessário para a interpretação dos próprios dados) para utilização inicial e posterior reutilização	X			
Escrita - Esboço original	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, redigindo especificamente o projeto inicial (incluindo a tradução substantiva)	X	X		
Escrita - Revisão & Edição	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado por aqueles do grupo de investigação original, especificamente revisão crítica, comentário ou revisão - incluindo fases pré ou pós-publicação	X			
Visualização	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente visualização/ apresentação de dados	X			
Supervisão	Supervisão e responsabilidade de liderança no planeamento e execução da atividade de investigação, incluindo mentoria externa à equipa central	X			
Administração do projeto	Responsabilidade pela gestão e coordenação do planeamento e execução da atividade de investigação	X			
Aquisição de financiamento	Aquisição do apoio financeiro para o projeto conducente a esta publicação	X			

Fonte: reproduzido de Elsevier (2022, s/p), com base em Brand et al. (2015).

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 19.12.2024; Revisado / Revised / Revisado: 06.02.2025 – 28.05.2026 – 17.12.2026; Aprovado / Approved / Aprobado: 15.03.2025;

Publicado / Published / Publicado: 17.04.2025.

Documento revisado às cegas por pares / Double-blind peer review paper / Documento revisado por pares ciegos.