



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
CURSO DE BACHARELADO EM GEOGRAFIA**

A PRODUÇÃO DO NÃO-LUGAR EM JOÃO PESSOA

Marcus Vinício Silva Melo

A PRODUÇÃO DO NÃO-LUGAR EM JOÃO PESSOA

**Trabalho de conclusão de curso,
apresentado como requisito para
obtenção de grau de Bacharel em
Geografia, pela Universidade Federal da
Paraíba.**

Orientador: Rafael Faleiros Padua

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M528p Melo, Marcus Vinicio Silva.

A produção do não-lugar em João Pessoa / Marcus
Vinicio Silva Melo. - João Pessoa, 2025.
27 p. : il.

Orientação: Rafael Faleiros Padua.

TCC (Curso de Bacharelado em Geografia - Modalidade
Artigo Científico) - UFPB/CCEN.

1. Espaços públicos. 2. Homogeneização. 3.
Identidade cultural. 4. Planejamento urbano. I. Padua,
Rafael Faleiros. II. Título.

UFPB/CCEN

CDU 91(043.2)

ANEXO 4



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE GEOGRAFIA

Resolução N.04/2016/CCG/CCEN/UFPB

PARECER DO TCC

Tendo em vista que o aluno (a)
Marcelo Vinício Silva Melo
☒ cumpriu () não cumpriu os itens da avaliação do TCC previstos no artigo 25º da
Resolução N. 04/2016/CCG/CCEN/UFPB somos de parecer ☒ favorável ()
desfavorável à aprovação do TCC intitulado:

A Produção do Não-Lugar em João Pessoa

Nota final obtida: 8,5

João Pessoa, 13 de maio de 2025

BANCA EXAMINADORA:

Professor Orientador

Professor Co- Orientador (Caso exista)

Membro Interno Obrigatório (Professor vinculado ao Curso)

Membro Interno ou Externo

A PRODUÇÃO DO NÃO-LUGAR EM JOÃO PESSOA

MELO, Marcus Vinicio Silva¹

RESUMO

Este trabalho investiga a produção dos “não-lugares” na cidade de João Pessoa, compreendendo-os como espaços resultantes de um processo de transformação urbana orientado pela lógica da mercantilização e pela intensificação das dinâmicas globais de consumo, turismo e circulação. A partir da concepção de “não-lugar” desenvolvida por Marc Augé, como um espaço funcional, homogêneo e destituído de vínculos sociais duradouros, analisa-se de que maneira o planejamento urbano e os investimentos públicos e privados têm reconfigurado o território urbano em função da reprodução do capital. Nesse contexto, a cidade deixa de ser um espaço vivido e apropriado cotidianamente por seus habitantes para se tornar um objeto de consumo, no qual o tempo e o espaço são reorganizados segundo as demandas do mercado, frequentemente em desvantagem das formas tradicionais de uso. A pesquisa examina, ainda, as contradições e os efeitos desse modelo de desenvolvimento urbano, evidenciando como ele contribui para o aprofundamento das desigualdades socioespaciais e para o enfraquecimento do tecido social. A produção do “não-lugar” em João Pessoa não é, portanto, apenas uma manifestação local de processos globais, mas a materialização de um projeto urbano que subordina o espaço à lógica da mercadoria, esvaziando-o de suas referências simbólicas e de sua potência de pertencimento. Frente a esse cenário, torna-se urgente repensar as políticas públicas urbanas, considerando como a cultura tem sido apropriada nos projetos de cidade, frequentemente reduzida a um instrumento de valorização econômica do território. A construção de alternativas que fortaleçam a vida urbana exige a valorização de experiências sociais enraizadas, capazes de tensionar o modelo hegemônico e de promover um espaço urbano mais plural, justo e significativo para todos os seus habitantes.

Palavras-chave: Espaços Públicos. Homogeneização. Identidade Cultural. Planejamento Urbano.

¹ Bacharelado do curso de Geografia pela UFPB – João Pessoa – PB. E-mail: Melo.marcus98@gmail.com

ABSTRACT

This study investigates the production of “non-places” in the city of João Pessoa, understood as spaces shaped by urban transformation processes driven by commodification and the intensification of global dynamics of consumption, tourism, and circulation. Drawing on Marc Augé’s concept of the “non-place” as a functional, homogeneous space devoid of lasting social ties, the research analyzes how urban planning and both public and private investments have reconfigured the urban landscape in favor of capital reproduction. In this context, the city is no longer a lived and collectively appropriated space but becomes a consumable object, where time and space are reorganized according to market demands—often at the expense of traditional forms of use. The study highlights the contradictions and social impacts of this development model, emphasizing its role in deepening socio-spatial inequalities and weakening the social fabric. The emergence of non-places in João Pessoa is not merely a local reflection of global trends but the material expression of an urban project that subordinates space to market logic, stripping it of symbolic meaning and the sense of belonging. In light of this, the paper calls for a critical reassessment of urban policies, especially regarding how culture is instrumentalized as a tool for economic valorization. Strengthening urban life requires valuing rooted social experiences capable of challenging hegemonic models and fostering a more pluralistic, just, and meaningful urban environment for all inhabitants.

Keywords: Public Spaces; Homogenization; Cultural identity; Urban Planning.

¹ Bacharelado do curso de Geografia pela UFPB – João Pessoa – PB. E-mail: Melo.marcus98@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O conceito de “não-lugar” foi cunhado pelo antropólogo francês Marc Augé em sua obra *Não-Lugares: Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade* (1995). O autor refere-se a espaços marcados pela transitoriedade e pela ausência de identidade, história e relações sociais duradouras. Diferentemente dos “lugares”, que possuem significados culturais enraizados e promovem interações sociais, os “não-lugares” são característicos da supermodernidade e se apresentam como ambientes de passagem, nos quais os indivíduos vivenciam experiências efêmeras e anônimas. Exemplos típicos incluem aeroportos, rodovias, shopping centers e hotéis, espaços onde a interação entre os sujeitos ocorre de forma impessoal e funcional. Esses ambientes refletem as transformações espaciais e sociais contemporâneas, evidenciando a crescente mobilidade e o distanciamento dos vínculos tradicionais na organização do espaço geográfico, que, para Augé, é marcada pelo excesso de informação, mobilidade e comunicação.

Esses espaços não criam conexões afetivas entre os indivíduos e o ambiente, funcionando como locais de anonimato, onde as interações são efêmeras e mecânicas. A produção do “não-lugar” está profundamente ligada às transformações urbanas e sociais da era contemporânea, como a globalização, o desenvolvimento do transporte e a digitalização da comunicação. Isso reflete a forma como a modernidade reconfigura as interações humanas e a percepção de pertencimento.

As cidades contemporâneas têm experimentado profundas transformações no modo como seus espaços são organizados e vividos, especialmente no contexto da globalização e da expansão do capitalismo urbano. A crescente urbanização, somada às demandas por mobilidade, consumo e infraestrutura, tem contribuído para o surgimento de áreas urbanas caracterizadas pela impessoalidade e pela ausência de vínculos afetivos ou culturais. Esses espaços, definidos como “não-lugares” pelo antropólogo Marc Augé, são encontrados em aeroportos, rodovias, shopping centers e grandes avenidas, e sua produção reflete as dinâmicas de uma cidade voltada para o trânsito rápido e o consumo.

João Pessoa, capital do estado da Paraíba, embora ainda seja reconhecida por sua cultura e identidade regional, também tem sido alvo de intensas

transformações urbanas impulsionadas pela expansão do setor imobiliário e turístico. O crescimento das áreas comerciais, a construção de grandes complexos residenciais, hotéis e empreendimentos de lazer, bem como a ampliação da malha viária que os conecta a aeroportos e rodovias, refletem uma lógica de investimento voltada para a circulação do capital. Esse processo resulta, em parte, na criação de “não-lugares”, espaços onde as relações sociais são substituídas por interações momentâneas e despersonalizadas. Assim, a identidade local tende a ser secundarizada, enquanto a cultura muitas vezes se torna apenas um elemento funcional para a exploração de mão de obra barata, utilizada na construção e operação desses empreendimentos. Dessa forma, a relação dos cidadãos com o espaço urbano é comprometida, e a sensação de pertencimento local se enfraquece diante da crescente mercantilização do território.

Nesse contexto, é relevante investigar como João Pessoa, cidade que historicamente preserva traços de identidade cultural e social fortes, está se adaptando a esse fenômeno. A expansão urbana, orientada por interesses de mercado e processos de modernização, tem promovido uma reorganização do espaço que não apenas introduz os chamados “não-lugares”, marcados pela transitoriedade e funcionalidade, mas também ressignifica espaços anteriormente associados a identidades locais. Esses “lugares”, como a orla de Tambaú, muitas vezes vistos como portadores de memória e cultura, também passam a ser instrumentalizados no processo de mercantilização da cidade, convertendo-se em produtos turísticos ou elementos de marketing urbano. Assim, a coexistência entre lugares e não-lugares não se dá de forma neutra, mas revela as disputas em torno do uso e do significado do espaço urbano, que frequentemente privilegia a lógica do consumo.

A expansão da urbanização voltada para o consumo e a mobilidade em João Pessoa tem intensificado a produção de “não-lugares”, resultando em uma fragmentação do espaço urbano que enfraquece as conexões sociais e culturais da cidade.

Estudar a produção do “não-lugar” em João Pessoa é importante para entender como as cidades brasileiras de porte médio, em expansão, estão respondendo às pressões da globalização. Embora a cidade mantenha elementos culturais fortes, como sua história e tradições, o crescimento acelerado pode estar

contribuindo para uma perda de identidade espacial e para a criação de ambientes urbanos que, em vez de promoverem o convívio social, facilitam a impessoalidade e a alienação. Compreender esses processos é essencial para a elaboração de políticas públicas que valorizem a preservação da identidade local.

Nesse contexto, surge o problema de pesquisa sob o formato do seguinte questionamento: De que maneira os processos de expansão urbana e o desenvolvimento econômico têm produzido transformações nos espaços urbanos de João Pessoa, contribuindo para a produção de “não lugares” e como essas mudanças impactam as relações sociais, a memória coletiva e a construção da identidade local?

O objetivo geral dessa pesquisa é analisar a produção de “não-lugares” em João Pessoa, com foco nas transformações urbanas recentes e seus impactos nas relações sociais.

Enquanto os objetivos específicos são os seguintes: identificar e mapear os principais espaços que podem ser classificados como “não-lugares” em João Pessoa, como shoppings, rodovias e complexos residenciais; investigar os fatores econômicos, sociais e políticos que estão impulsionando a criação desses espaços na cidade; analisar os impactos da produção desses “não-lugares” sobre a identidade cultural e as relações sociais dos habitantes de João Pessoa, especialmente em áreas historicamente vinculadas a traços culturais locais.

Considerando a natureza desta pesquisa, adotou-se uma abordagem metodológica que combina revisão bibliográfica e trabalho de campo. A revisão bibliográfica fundamenta-se na análise de artigos científicos, livros e outras produções acadêmicas e de divulgação científica relevantes para o tema. Além disso, a pesquisa inclui a observação direta da transformação do espaço urbano, permitindo a interpretação dos processos de produção dos “não-lugares” em João Pessoa.

Nesta perspectiva, optou-se pela pesquisa bibliográfica, e, para concretizá-la, realizou-se uma avaliação textual comentada das posições de teóricos competentes acerca dos assuntos em questão, além de fundamentar a construção sobre o instrumento legal. Além disso, a pesquisa incorpora a observação direta das mudanças na cidade, permitindo a interpretação das dinâmicas urbanas a partir da análise de casos concretos, como o Polo Cabo Branco. Essa combinação

metodológica possibilita uma compreensão mais ampla dos impactos da expansão urbana sobre as relações sociais e a identidade local.

Este trabalho foi desenvolvido a partir de um estudo qualitativo, fundamentado em uma revisão bibliográfica organizada. Foram consultados artigos de âmbito nacional e internacional, publicados no intervalo de 2010 a 2024, que discutem o tema “a produção do não-lugar em João Pessoa”. A pesquisa ocorreu em ambientes digitais, especificamente em plataformas como Scielo e Google Acadêmico, empregando descritores como “Espaços Públicos”. “Homogeneização”. “Identidade Cultural”. “Planejamento Urbano”. A coleta de dados foi realizada de janeiro a junho de 2024. Os critérios adotados para a seleção dos materiais incluíram a relevância para o tema em questão e a qualidade do conteúdo apresentado.

2 CONCEITO DE NÃO-LUGAR E URBANIZAÇÃO CONTEMPORÂNEA

2.1 . A TEORIA DO NÃO-LUGAR SEGUNDO MARC AUGÉ

A teoria do “não-lugar” foi desenvolvida pelo antropólogo francês Marc Augé em sua obra **Não-Lugares: Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade** (1995). Segundo Augé (2008), os “não-lugares” são espaços físicos que não possuem identidade, história ou significados sociais para aqueles que os frequentam. Diferente dos “lugares”, que são espaços onde as pessoas constroem vínculos, memórias e relações sociais, os “não-lugares” são ambientes anônimos, funcionais e transitórios, projetados para facilitar a circulação, o consumo ou a mobilidade.

Aguilar (2008) propõe uma concepção de lugar como um espaço revestido de valor simbólico e identidade, constituído pelas experiências e pelas relações sociais vivenciadas por aqueles que o frequentam. Trata-se de um ambiente no qual emergem vínculos afetivos e um senso de pertencimento, frequentemente associado a contextos como bairros, praças, parques ou locais históricos, cuja relevância é sustentada por memórias individuais ou coletivas. Para Santos (apud Carlos, 2007, p. 17), o lugar pode ser compreendido por meio de diferentes dimensões: a técnica, relacionada à infraestrutura presente; a informacional, aos fluxos de informação que o atravessam; a comunicacional, às interações sociais

que ocorrem no espaço; e a normativa, às regras que orientam seu uso. A essas camadas soma-se a dimensão temporal, que permite analisar o lugar como resultado de processos históricos e experiências acumuladas ao longo do tempo.

O conceito de “não-lugar” reflete as características da supermodernidade, que, segundo Augé, é marcada por um excesso de informação, de mobilidade e de redes de comunicação global. Exemplos típicos de “não-lugares” incluem aeroportos, rodovias, shopping centers, cadeias de hotéis e estações de metrô. Nesses espaços, os indivíduos experimentam uma forma de anonimato e desconexão, movendo-se de maneira rápida e impessoal, sem estabelecer relações duradouras com o ambiente ou com as pessoas ao redor. Os “não-lugares” são produtos diretos da globalização e da urbanização acelerada, promovendo uma experiência de despersonalização e efemeridade (Koch, 2022).

Em sua obra “Não lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade”, e utilizando como exemplo um poema de Baudelaire referente a uma paisagem urbana do século XIX em que conviviam e se misturavam chaminés e campanários, o autor destaca o que Starobinsky já denominava “marcha de baixo”, ou seja, uma evocação subjetiva dos ritmos antigos que perduram e que preservavam todas as temporalidades mesmo com o surgimento da modernidade (Schneider, 2015, p. 69).

Augé destaca que esses espaços surgem em resposta às exigências do mundo moderno, onde a circulação de pessoas, bens e informações é uma prioridade. Embora sejam funcionais, os “não-lugares” não fornecem um sentido de pertencimento ou identidade aos indivíduos que os atravessam. As interações nesses espaços são limitadas a funções específicas, como embarcar em um voo, realizar compras ou transitar entre dois pontos. Assim, o “não-lugar” simboliza uma ruptura com a ideia de que o espaço urbano deve necessariamente promover interação social, memória ou cultura, sendo um reflexo do desenvolvimento econômico e tecnológico contemporâneo (Carlos, 2007).

Com base nisso, a teoria de Augé nos permite compreender como as cidades modernas, ao se expandirem e se adaptarem às demandas globais, produzem esses espaços de transição, onde o senso de comunidade e história local é, muitas vezes, deixado de lado em favor de uma infraestrutura voltada para a eficiência e o consumo.

O conceito de “não-lugar” de Marc Augé também evidencia a dicotomia entre os espaços tradicionais, onde as interações sociais e culturais são

fundamentais, e os novos espaços urbanos, caracterizados por sua impessoalidade. O Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto, embora seja um importante ponto de conexão para João Pessoa e toda a região metropolitana, configura-se como um típico “não-lugar” nos moldes propostos por Marc Augé. Trata-se de um espaço eminentemente funcional, marcado pela transitoriedade e pelo anonimato, mas nem sempre foi assim. Projetado pelo arquiteto Sérgio Bernardes, o mesmo responsável por obras como o Hotel Tambaú e o Espaço Cultural, o aeroporto apresentava inicialmente uma proposta arquitetônica diferenciada, com áreas abertas e integração com o ambiente (Lima; Vasconcelos, 2010). Contudo, sucessivas reformas contribuíram para a padronização de sua estrutura e funcionalidade, alinhando-o ao modelo genérico de aeroportos contemporâneos, o que reforça sua condição atual de “não-lugar”. As interações sociais que ali ocorrem são predominantemente utilitárias, ligadas a procedimentos de embarque, desembarque e logística de viagem, conforme ilustrado na Figura 1.

Figura 1 – Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto



Fonte: AeroIn – Arena Brasil (2024).

O tempo de permanência é breve, e a identidade do espaço se constrói mais pela repetição de protocolos do que por vínculos afetivos ou simbólicos com o ambiente. O Manaíra Shopping, um dos maiores centros comerciais da cidade, também pode ser compreendido como um não-lugar, na medida em que se estrutura para atender ao consumo imediato e à circulação constante de pessoas.

Apesar de sua popularidade e movimento intenso, o espaço promove relações essencialmente efêmeras, onde a interação entre indivíduos ocorre sob a lógica do consumo e da produtividade. O ambiente padronizado e artificializado, aliado ao estímulo ao anonimato e à neutralidade, dilui os elementos de identidade local, favorecendo uma experiência urbana despersonalizada, conforme exibido na Figura 2. Assim, o shopping, enquanto produto da urbanização capitalista, simboliza a homogeneização dos espaços e a fragilização dos laços comunitários.

Figura 2 – Manaíra Shopping



Fonte: Turismo em foco (2022)

Outro exemplo que evidencia um “não lugar” por excelência é o Viaduto Eduardo Campos, localizado no bairro Ernesto Geisel, ilustrado na Figura 3.

Figura 3 – Viaduto Eduardo Campos



Fonte: Igor Pereira - Fotografia (2023).

Sua função é estritamente relacionada ao fluxo de veículos, desconsiderando o potencial de interação humana ou apropriação social do espaço. Trata-se de uma estrutura projetada para a mobilidade, não para a permanência. As pessoas que o atravessam geralmente o fazem sem qualquer vínculo afetivo ou simbólico com o local. A paisagem que o cerca é marcada pela impessoalidade e pela ausência de elementos que convidem à contemplação ou ao encontro social. Assim, o viaduto encarna a lógica da funcionalidade sobre a vivência, tornando-se expressão da fragmentação espacial característica das cidades contemporâneas.

Enquanto nos “lugares” as pessoas compartilham histórias e experiências que criam laços com o ambiente, os “não-lugares” não oferecem essa oportunidade. Eles são definidos pela passagem e pelo anonimato, o que enfraquece o vínculo dos indivíduos com o espaço em que estão inseridos. Essa transformação espacial acompanha as demandas do capitalismo global, que privilegia a funcionalidade e a eficiência em detrimento da criação de um ambiente rico em significados sociais.

No contexto urbano contemporâneo, os “não-lugares” emergem como espaços marcados pela funcionalidade e pelo caráter transitório, resultado das

dinâmicas da modernização e da globalização. Esses ambientes, como aeroportos, rodoviárias, shoppings e grandes avenidas, são concebidos para atender a fluxos intensos de pessoas, mercadorias e informações, priorizando a eficiência e o consumo. Embora não sejam totalmente desprovidos de relações sociais, tais relações tendem a ser passageiras, impessoais e orientadas por objetivos específicos. Como observa Augé (2005), mesmo nesses espaços podem surgir vínculos mais estáveis, sobretudo entre aqueles que ali trabalham ou os frequentam cotidianamente. No entanto, o que caracteriza o não-lugar é justamente a ausência de referências identitárias, históricas ou simbólicas compartilhadas, que são fundamentais para a construção de uma sensação de pertencimento e para a consolidação da memória coletiva no espaço urbano.

A padronização presente nos “não-lugares” não apenas suprime as singularidades locais, mas impõe uma lógica global homogeneizadora. Essa lógica não se limita à configuração espacial, mas influencia diretamente os modos de uso e as relações sociais que ali se desenvolvem, induzindo comportamentos e interações previamente moldados por finalidades específicas (Nakasse, 2024).

O avanço das tecnologias de transporte e comunicação contribui para a proliferação dos “não-lugares”. Em um mundo cada vez mais interconectado, aeroportos, estações de trem e rodoviárias se tornam espaços essenciais para facilitar a mobilidade global. No entanto, nesses ambientes, a individualidade se dilui, uma vez que todos estão focados em seus próprios trajetos e itinerários, sem se engajar com o espaço ao redor. A valorização do efêmero substitui a permanência, elemento essencial para a constituição da memória urbana. Em cidades como João Pessoa, esse processo é agravado pela intensificação da especulação imobiliária, que promove a destruição de espaços diversos, muitos deles carregados de valor simbólico e histórico, em prol de empreendimentos padronizados e voltados à lógica mercantil, contribuindo para o esvaziamento da experiência urbana.

A compreensão sobre os não-lugares não se limita apenas a espaços tradicionalmente reconhecidos como impessoais, como aeroportos, viadutos ou centros comerciais. Ela também pode ser estendida à forma como certos empreendimentos urbanos são planejados e implantados, especialmente quando orientados por lógicas mercadológicas que desconsideram o contexto social,

histórico e ambiental em que se inserem. Nesse sentido, alguns projetos urbanos contemporâneos, mesmo que destinados ao lazer ou ao turismo, podem assumir características típicas dos não-lugares ao privilegiarem a circulação, o consumo e a eficiência em detrimento do pertencimento, da memória coletiva e das interações sociais significativas. É a partir dessa perspectiva que se analisa, a seguir, o processo de criação e configuração do Polo Turístico do Cabo Branco, em João Pessoa, como uma expressão concreta da produção de não-lugares na cidade.

2.2 O POLO TURÍSTICO DO CABO BRANCO: URBANIZAÇÃO E A PRODUÇÃO DE UM NÃO-LUGAR

A criação do Polo Turístico do Cabo Branco, localizado em João Pessoa, Paraíba, constitui um processo paradigmático de transformação espacial orientado por diretrizes mercadológicas e estatais, em que o território é reconfigurado para atender aos imperativos do turismo de grande escala. Esse empreendimento, embora inserido em uma região com significativa riqueza ambiental e histórica, exemplifica a produção do que Marc Augé (1994) denominou como *não-lugar*: espaços concebidos para o consumo, sem vínculos simbólicos com a memória coletiva local.

O processo teve início com a promulgação de uma série de dispositivos legais, como a Lei nº 10.781/2016, que autorizou a venda, a título oneroso ou gratuito, de terrenos estaduais à Companhia de Desenvolvimento da Paraíba (CINEP). A partir disso, o Decreto nº 37.192/2016 regulamentou a transferência formal da área para a CINEP, viabilizando a implementação do polo através da alienação dos lotes a investidores privados. Trata-se de uma ação institucional que materializa uma política de desenvolvimento territorial baseada em incentivos fiscais e parcerias público-privadas.

O território planejado do Polo Turístico do Cabo Branco contempla uma ampla gama de setores especializados, concebidos com uma lógica voltada para o consumo e a funcionalidade. Entre os empreendimentos destacados, está o Centro de Convenções e o parque aquático temático (Figura 4) da empresa Airy Hotels & Leisure, que também irá incluir um hotel, reforçando o caráter mercantilizado e turístico da área. Além disso, destaca-se a implantação do Ocean Palace Jampa Eco Beach Resort (Figura 5), do grupo potiguar A. Gaspar e A. G. Hotéis e Turismo,

cuja proposta envolve a construção de 405 apartamentos em um espaço de 300 mil m², com um investimento estimado em R\$ 250 milhões (CINEP, 2024).

Figura 4 – Acquaí Parks & Resort



Fonte: Companhia de Desenvolvimento da Paraíba (2024)

Figura 5 – Ocean Palace Jampa Eco Beach Resort



Fonte: Companhia de Desenvolvimento da Paraíba (2024)

O projeto ainda prevê a instalação de shopping centers e uma ampla rede de setores hoteleiros, compondo um total superior a 200 hectares destinados à

exploração turística e comercial. Os investimentos somam cerca de R\$ 2,2 bilhões, com previsão de geração de mais de 36 mil empregos diretos e indiretos durante as fases de construção e operação. Contudo, essa magnitude econômica não necessariamente se traduz em inclusão social ou territorial. Ainda que se alegue, no discurso institucional, objetivos como "sustentabilidade socioambiental", "vivacidade urbana" e "inclusão socioespacial", a ausência de referências concretas à população local, sua cultura ou participação efetiva no processo decisório denuncia o caráter abstrato e desmaterializado desses compromissos.

O Polo encontra-se ainda cercado por uma das maiores reservas ambientais da Paraíba, e embora existam mecanismos de licenciamento ambiental e presença do Batalhão de Polícia Ambiental, o uso intensivo do solo para empreendimentos turísticos de luxo revela um tensionamento constante entre preservação ecológica e exploração econômica. Assim, o espaço é estetizado, mercantilizado e promovido como destino ideal para um público externo, o que reforça sua natureza como não-lugar.

Portanto, o Polo Turístico do Cabo Branco pode ser interpretado como um projeto urbanístico e econômico que, embora inserido em um contexto físico e cultural específico, promove a substituição da memória local por uma lógica globalizante e marcada pela territorialização do capital, típica de espaços voltados ao turismo de massa e à financeirização do território.

Marc Augé também aponta que os “não-lugares” refletem uma nova forma de subjetividade, onde as pessoas estão cada vez mais imersas em suas próprias trajetórias pessoais e desconectadas do espaço ao seu redor. O anonimato que esses espaços promovem favorece uma individualidade isolada, onde a conexão entre as pessoas e o ambiente urbano se enfraquece. O sujeito contemporâneo, ao habitar os “não-lugares”, experimenta uma forma de alienação do espaço, vivendo uma experiência fragmentada e transitória, que difere das relações profundas e significativas vividas nos “lugares”. Isso reforça a ideia de que, na supermodernidade, a circulação e o consumo suplantam a criação de laços e de pertencimento.

2.3. URBANIZAÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO

A urbanização contemporânea está profundamente marcada pelas dinâmicas da globalização, que transformam o espaço urbano em resposta às demandas econômicas, tecnológicas e culturais. A globalização trouxe consigo uma interconectividade inédita entre as cidades, facilitada pela circulação rápida de capitais, mercadorias e pessoas. No entanto, esse fenômeno também alterou significativamente a forma como os espaços urbanos são produzidos e vivenciados. Cidades de diferentes partes do mundo passaram a compartilhar características comuns, como a padronização dos espaços públicos e privados, que muitas vezes desconsideram as especificidades culturais e sociais locais.

Voltando à mundialização, uma parte dela são processos econômicos do mercado liberal da comunicação por meio da tecnologia e a sua intrincada ligação com a economia (Augé, 2008), essa parte é a globalização. Se a mundialização é um aspecto de uma cultura universalizante, a globalização é os processos econômicos e comunicacionais que se desenvolvem com ela. Os não lugares são evidência de ambos, são estes os locais em que a cultura da mundialização mantém um padrão despersonalizado em que o turista, o visitante ou o viajante que vem de longe ou de outro país, pode sentir-se menos deslocado (Nakasse, 2024, p. 63).

Com o avanço da globalização, a cidade se torna um palco de fluxos contínuos e acelerados de informação, mercadorias e capital, o que influencia diretamente a maneira como o espaço é planejado e utilizado. As áreas urbanas se adaptam para atender a essas novas exigências, resultando na criação de grandes centros comerciais, complexos empresariais, aeroportos e outras infraestruturas voltadas para a eficiência econômica e a mobilidade. Nesse processo, o espaço urbano vai sendo cada vez mais moldado por uma lógica funcional, que prioriza a circulação e o consumo, em detrimento da criação de vínculos afetivos e sociais. Esse fenômeno leva à produção do que Marc Augé chama de “não-lugares”, espaços desprovidos de identidade, história e vínculos sociais duradouros.

A urbanização sob a influência da globalização muitas vezes ignora a heterogeneidade das cidades e a necessidade de criar espaços que reflitam a cultura local e promovam a interação social. Nesse processo, observa-se a proliferação de espaços padronizados e replicáveis, como shopping centers, avenidas expressas e hotéis, que poderiam estar situados em qualquer lugar do mundo. Tais espaços, característicos da produção dos “não-lugares”, não apenas

negligenciam a singularidade local, mas também impõem uma lógica funcional que redefine o modo como o indivíduo e as relações sociais se manifestam. Enquanto vias de alta velocidade, por exemplo, priorizam exclusivamente o fluxo de veículos, ambientes como shoppings, aeroportos ou salões de festas padronizados, não anulam o indivíduo por completo, mas buscam controlar seus sentidos e movimentos, organizando interações de maneira previsível e instrumental. Essa homogeneização do espaço é uma das principais características da produção do “não-lugar”, pois desconsidera a singularidade local e reduz o ambiente urbano a uma funcionalidade pragmática. Em vez de lugares que promovem a convivência e a identidade, os “não-lugares” surgem como áreas de passagem, onde a única interação significativa é de caráter econômico ou de trânsito.

Outro impacto da globalização sobre a produção do espaço urbano é a intensificação das desigualdades sociais e espaciais. Embora a globalização traga crescimento econômico e modernização para certas áreas das cidades, ela também contribui para a segregação espacial, criando áreas ricas e bem equipadas para o consumo e a circulação, enquanto outras áreas permanecem marginalizadas e desprovidas de infraestrutura básica. Em João Pessoa, essa lógica é evidente. Apesar de registrar, em 2023, o maior crescimento relativo na geração de empregos formais entre as capitais do Nordeste (5,37%), a cidade também apresentou o maior índice de Gini do país (0,629), sinalizando uma acentuada concentração de renda (Almeida, 2024; Silva, 2024).

Essa dualidade se manifesta espacialmente em bairros como Manaíra e Altiplano, que recebem volumosos investimentos em comércio, serviços e mobilidade, transformando-se em centros de consumo e circulação. Em contrapartida, regiões periféricas como Mandacaru e Bairro dos Novais continuam a enfrentar deficiências estruturais que limitam o acesso pleno à cidade. Essa disparidade acentua a fragmentação do espaço urbano, ampliando a distância entre os “lugares” – espaços de pertencimento e interação – e os “não-lugares”, onde as relações sociais são efêmeras e o ambiente é marcado pela transitoriedade e pela impessoalidade.

A produção do espaço urbano na era da globalização também reflete uma crescente desconexão entre a população e seu ambiente imediato. Nas cidades modernas, a lógica do desenvolvimento econômico e da eficiência frequentemente

ignora as necessidades sociais e culturais da população local. Essa transformação está ligada ao processo de “desterritorialização”, no qual os espaços urbanos perdem seu sentido de pertencimento e identidade cultural em favor de uma estrutura mais padronizada e homogênea. A arquitetura e o planejamento urbano tendem a seguir padrões globais, muitas vezes promovendo espaços que carecem de elementos que fomentem um senso de comunidade ou memória coletiva.

Dentro desse contexto, a urbanização impulsionada pela globalização prioriza a funcionalidade e o consumo, resultando em uma multiplicação dos “não-lugares” nas grandes cidades. Aeroportos, redes de fast-food, supermercados e shopping centers são exemplos de ambientes que facilitam a circulação de pessoas e mercadorias, mas que oferecem pouca ou nenhuma interação significativa entre os indivíduos. O resultado é a criação de espaços em que as pessoas estão fisicamente presentes, mas emocionalmente e socialmente desconectadas, reforçando o sentimento de anonimato e isolamento, mesmo em áreas densamente povoadas. Essa alienação do espaço urbano é uma consequência direta da lógica globalizadora, que privilegia a eficiência econômica em detrimento de interações humanas.

Um aspecto importante a ser considerado é o impacto das tecnologias digitais na produção desses espaços urbanos. A globalização e o avanço da tecnologia não apenas transformaram o espaço físico, mas também modificaram a maneira como as pessoas interagem com ele. As redes digitais permitem uma conexão instantânea com o mundo todo, ao mesmo tempo que promovem uma desconexão física com o entorno imediato. Em muitos “não-lugares”, as pessoas estão mais engajadas com seus dispositivos digitais do que com o espaço ao redor ou com as outras pessoas que compartilham o mesmo ambiente. Isso intensifica o caráter impessoal desses espaços, reforçando a sensação de transitoriedade e isolamento, mesmo em contextos urbanos densos.

Por fim, o impacto da globalização na produção do espaço urbano tem profundas implicações sociais e culturais. A criação de “não-lugares” nas cidades contemporâneas reflete uma mudança no papel do espaço urbano, que deixa de priorizar a convivência social para se moldar às exigências da circulação acelerada de pessoas, mercadorias e capitais. Esses espaços são planejados com foco na eficiência técnica e na reprodução do capital, o que os torna homogêneos,

impessoais e voltados exclusivamente ao consumo. Tal lógica contribui para a fragmentação do espaço urbano, pois rompe com formas tradicionais de sociabilidade e exclui usos cotidianos mais diversos e significativos. Como resultado, a cidade passa a ser composta por setores especializados e isolados, o que dificulta a construção de um senso de comunidade e pertencimento. A vida cotidiana, por sua vez, torna-se mais segmentada, limitada por barreiras físicas e simbólicas impostas pela própria lógica mercantil do espaço, comprometendo a coesão social e o direito à cidade.

3 A EXPANSÃO URBANA E A PRODUÇÃO DO NÃO-LUGAR EM JOÃO PESSOA

A globalização, como um fenômeno multifacetado, exerce uma influência significativa na produção do “não-lugar” em João Pessoa, refletindo-se nas transformações econômicas, sociais e culturais que permeiam a cidade. Essa influência é visível na maneira como espaços urbanos são moldados para atender a demandas globais, frequentemente em detrimento das particularidades locais. A cidade, ao se inserir em um contexto global, passa a adotar práticas e modelos que visam atrair investimentos e turismo, muitas vezes resultando em ambientes que desconsideram a identidade cultural e a história da região.

O conceito de espaço ou de território não é utilizado uma única vez, o que é, no mínimo, paradoxal, já que não existe turismo sem deslocamento espacial e que tal fato se deve à verdade inquestionável de que o principal objeto de consumo do turismo é o espaço compreendido na sua complexidade. O que está nas linhas e entrelinhas do Plano Nacional do Turismo, portanto, é o espaço reduzido à mercadoria, cuja transformação em produto de consumo requer uma decisiva participação do Estado (Cruz, 2005, p. 34).

Um dos principais efeitos da globalização é a homogeneização dos espaços urbanos. Em João Pessoa, a presença de grandes redes de comércio e franquias internacionais tem transformado o panorama urbano, criando ambientes que se assemelham a outras cidades ao redor do mundo. Esses “não-lugares” caracterizam-se pela padronização da arquitetura e pela lógica de consumo, onde a experiência do espaço é reduzida à funcionalidade e ao comércio. Essa uniformidade faz com que a cidade perca suas referências culturais únicas,

substituindo a autenticidade local por uma experiência genérica que pode ser encontrada em qualquer lugar do mundo (Jurgielewicz; Portinari, 2024).

Por alto, aqui, pensamos a paisagem urbana como imagem efêmera partilhando mensagens e experiências sensíveis lacunares, mas ao mesmo tempo, quase que comuns às sociedades de cultura ocidental do mundo globalizado e das “altas” tecnologias. Percebemos a mimetização da linguagem do poder hegemônicos no aparato visual dos centros comerciais urbanos e buscamos fazer emergir questionamentos econômicos, políticos e sociais (Jurgielewicz; Portinari, 2024, p. 43).

A globalização também afeta a forma como as novas gerações se conectam com sua cidade e suas tradições. A crescente exposição a padrões e estilos de vida globais, frequentemente promovidos por meios digitais e mídias sociais, pode levar a uma desvalorização das práticas culturais locais. Em João Pessoa, a cultura popular e as tradições que uma vez foram celebradas em espaços públicos agora competem por atenção em um cenário dominado por influências externas. A falta de espaços que promovam a convivência e a expressão cultural local pode resultar em uma alienação dos jovens em relação à sua própria identidade cultural.

Por outro lado, embora a globalização possa ser vista como uma oportunidade para projetar elementos da cultura local em maior escala, é necessário um olhar mais crítico sobre como essa revitalização ocorre. Muitas vezes, o que se apresenta como valorização cultural é, na prática, uma forma de espetacularização, em que tradições, festivais e práticas locais são reconfigurados para atender a demandas turísticas e mercadológicas. Em João Pessoa, eventos culturais, feiras de artesanato e espaços comunitários de arte, embora carreguem potencial de resistência simbólica, também podem ser capturados pela lógica da mercadoria, convertendo-se em produtos consumíveis e destituídos de seu enraizamento original. Nesse sentido, a fronteira entre preservação cultural e sua instrumentalização pelo capital torna-se cada vez mais tênue, exigindo atenção para os processos que transformam a cultura em espetáculo (Gondim; Rocha, 2010).

De acordo com Barretto (2006), um dos principais impactos que o turismo provoca ao “revitalizar” um Centro Histórico é em relação aos moradores do local. Estes, geralmente são expulsos da região e transferidos para locais longínquos, não conseguindo participar adequadamente da atividade turística e, às vezes, sendo obrigados a trabalhar em empregos precários e mal remunerados, provocando a perda da qualidade de vida. O ambiente “revitalizado” passa, então, a ser frequentado por classes

sociais mais favorecidas e por turistas. Outro impacto diz respeito ao processo de restauração propriamente dito. Vários Centros Históricos são restaurados para serem utilizados pelo turismo, mas os mesmos não preservam as características de antes, são totalmente modificados, perdendo sua originalidade (Gondim; Rocha, 2010, p. 6)

A influência da globalização na produção dos “não-lugares” em João Pessoa exige uma reflexão crítica sobre os limites reais da preservação cultural em contextos marcados pela lógica capitalista. A noção de equilíbrio entre dinâmicas globais e especificidades locais torna-se problemática quando o planejamento urbano opera prioritariamente como mecanismo de valorização do capital privado. Nesse cenário, o espaço da cidade tende a ser concebido como mercadoria, dificultando a construção de experiências urbanas baseadas em vínculos afetivos, uso coletivo e memória social.

3.1 A INFLUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO NA PRODUÇÃO DO NÃO-LUGAR EM JOÃO PESSOA

A relação entre a globalização e a produção dos “não-lugares” em João Pessoa evidencia não apenas transformações espaciais, mas também disputas em torno do significado e do uso do território urbano. Embora o discurso oficial muitas vezes valorize a criação de espaços culturais e equipamentos urbanos que promovam integração e identidade — como centros culturais, parques ou galerias —, na prática, o modelo de desenvolvimento adotado tem priorizado a lógica da cidade-mercadoria, voltada à atração de investimentos e ao consumo. O Estado, longe de ser um agente neutro ou voltado exclusivamente à promoção da cultura e do pertencimento, tem desempenhado papel central na viabilização de grandes empreendimentos que reforçam a mercantilização do espaço urbano, intensificando a produção de “não-lugares”. Nesse processo, populações historicamente marginalizadas, como aquelas que vivem em áreas periféricas, seguem enfrentando duras contradições cotidianas, muitas vezes sem acesso a equipamentos públicos de qualidade ou vínculos efetivos com os novos espaços criados. Sem essa consideração, a cidade corre o risco de se tornar um mero reflexo de tendências globais, perdendo suas características únicas e o senso de pertencimento de seus habitantes (Endres; Oliveira; Menezes, 2007).

O espaço produzido pela indústria do turismo perde o sentido, é o presente sem espessura, quer dizer, sem história, sem identidade; neste sentido é o espaço do vazio. Ausência. Não-lugares. Isso porque o lugar é, em sua essência, produção humana, visto que se reproduz na relação entre espaço e sociedade, o que significa criação, estabelecimento de uma identidade entre comunidade e lugar, identidade essa que se dá por meio de formas de apropriação para a vida. O lugar é produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano de vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade. Aí o homem se reconhece porque aí vive (Endres; Oliveira; Menezes, 2007, p. 67).

Outro aspecto importante é o papel da educação na formação de uma consciência crítica em relação à produção do “não-lugar”. As instituições educacionais, ao integrarem discussões sobre cultura local, identidade e globalização em seus currículos, podem empoderar os jovens a valorizarem suas raízes e a se engajarem na preservação de sua herança cultural. Isso é particularmente relevante em uma cidade como João Pessoa, onde as tradições e a diversidade cultural são ricas. A educação, ao fomentar o orgulho e a valorização da cultura local, pode ajudar a combater a alienação que muitas vezes acompanha a globalização, promovendo um sentimento de pertencimento e responsabilidade em relação ao espaço urbano.

A participação da sociedade civil na discussão sobre a produção do “não-lugar” é fundamental. Organizações não governamentais, coletivos culturais e grupos comunitários podem desempenhar um papel ativo na promoção da cultura local, organizando eventos que celebram a diversidade e a identidade de João Pessoa. Esses esforços podem incluir festivais de música, exposições de arte, e feiras gastronômicas que destacam a culinária regional. A mobilização da comunidade em torno da cultura local não só fortalece a identidade, mas também cria espaços de resistência ao fenômeno dos “não-lugares”, promovendo um ambiente urbano mais inclusivo e diversificado (Delgado, 2012).

A análise da produção dos “não-lugares” em João Pessoa, sob os efeitos da globalização, evidencia a contradição entre a desestruturação do espaço urbano promovida pela articulação entre Estado e capital privado e a necessidade de permanência territorial para a construção da memória social. Para que a cidade se desenvolva de maneira sustentável, é crucial que as autoridades e a sociedade civil trabalhem juntas na criação de um ambiente que respeite e promova a cultura local. A produção do “não-lugar” pode ser mitigada por meio de estratégias que priorizem

a diversidade cultural e a autenticidade dos espaços urbanos, garantindo que João Pessoa continue a ser um lugar de riqueza cultural e identidade, onde seus habitantes possam se reconhecer e se conectar de maneira significativa. Essa abordagem não apenas preserva a memória cultural, mas também enriquece a vida urbana, tornando a cidade um espaço mais vibrante e acolhedor para todos.

CONCLUSÃO

A análise da produção do “não-lugar” em João Pessoa, conforme explorado nos capítulos anteriores, revela um fenômeno complexo que afeta não apenas a configuração espacial da cidade, mas também a identidade cultural e a dinâmica social de seus habitantes. A introdução de grandes empreendimentos comerciais e a homogeneização do espaço urbano geram ambientes que privilegiam o consumo em detrimento da interação social e da valorização da cultura local. Nesse cenário, é evidente que a identidade cultural, fundamental para a coesão social, enfrenta desafios significativos diante da padronização imposta pelos “não-lugares”.

A desconexão entre as novas gerações e suas tradições culturais acentua a importância de estratégias que promovam a revitalização e a valorização do patrimônio cultural de João Pessoa. A necessidade de resgatar espaços de convivência que permitam a expressão das identidades locais é crucial para garantir que a cidade continue a ser um lugar significativo para todos os seus habitantes. A resistência a essa homogeneização, manifestada por meio de iniciativas comunitárias e artísticas, mostra que há um desejo latente de reafirmar a singularidade cultural da cidade, tornando-se uma resposta à produção do “não-lugar”.

A produção dos “não-lugares” em João Pessoa deve ser compreendida como parte de um processo mais amplo de reestruturação urbana. Nesse contexto, o planejamento urbano não atua como instrumento neutro para a valorização da cultura local, mas frequentemente como vetor da imposição de uma lógica espacial voltada à circulação, à mercantilização e à espetacularização da cidade. A cultura, por sua vez, é constantemente reconfigurada por essas dinâmicas. O que se observa é a criação de um modelo cultural hegemônico, mediado pela lógica do turismo, da mídia e do capital, que se impõe sobre outras formas de vivência urbana. O próprio planejamento contribui para esse processo ao viabilizar a

instalação dos grandes equipamentos e das infraestruturas que sustentam esse modelo, como estradas, aeroportos e avenidas, consolidando um território funcionalizado para o consumo e a circulação, em detrimento da diversidade de usos e da construção de vínculos sociais duradouros.

A reflexão sobre a produção do “não-lugar” evidencia a necessidade de um equilíbrio entre desenvolvimento urbano e preservação da identidade cultural. A expansão urbana, quando orientado apenas por interesses econômicos, tende a aprofundar processos de exclusão e fragmentação espacial. É fundamental que a cidade, ao buscar crescimento e modernização, considere as desigualdades históricas e sociais que atravessam a cidade. Somente assim será possível construir um espaço urbano que, em vez de alienar, conecte e enriqueça a experiência de todos os seus habitantes.

REFERÊNCIAS

AGUILAR, Hildergado Córdova. Os lugares e não lugares na geografia. **Espacio y Desarrollo**, n. 20, pág. 5–17, 11 abr. 2008. Disponível em: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espaciodydesarrollo/article/view/5435>. Acesso em: 07 abr. 2025.

ALMEIDA, Nice. João Pessoa é a capital do Nordeste com maior indicador de crescimento na geração de emprego. **Prefeitura Municipal de João Pessoa**, 2024. Disponível em: <https://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/secretarias-e-orgaos/sedest-noticias/joao-pessoa-e-a-capital-do-nordeste-com-maior-indicador-de-crescimento-na-geracao-de-emprego>. Acesso em: 3 abr. 2025.

AUGÉ, Marc. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da sobremodernidade. 1ª edição francesa. Lisboa, 90 Graus, 2005.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007, 85p.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Florianópolis, v. 20, n. 40, p 27-43, jul./dez. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/13234>. Acesso em: 7 out. 2024.

DELGADO, Anna Karenina Chaves. O carnaval como elemento identitário e atrativo turístico: análise do projeto folia de rua em João Pessoa (PB). **CULTUR-Revista de Cultura e Turismo**, v. 6, n. 4, p. 37-55, 2012. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/296>. Acesso em: 15 out. 2024.

ENDRES, Ana Valéria; OLIVEIRA, Carla Mary S.; MENEZES, D. A. Turismo no Centro Histórico de João Pessoa: revitalização, planejamento e não-lugar. **Revista eletrônica de turismo cultural**, p. 1-20, 2007. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/133.pdf>. Acesso em: 15 out. 2024.

GONDIM, Cibelle Batista; ROCHA, Fernanda Daniela Chaves. Planejamento Participativo e Turismo Cultural no Centro Histórico de João Pessoa – PB: análise do Projeto do Centro de Cultura Popular Porto do Capim. **VII Seminário 2010 ANPTUR**. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/133.pdf>. Acesso em: 15 out. 2024..

JURGIELEWICZ, Paula; PORTINARI, Denise Berruezo. A estética do não lugar: a paisagem urbana como imagem efêmera e a partilha do sensível. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 43–59, 2024. DOI: 10.12957/arcosdesign.2024.78832. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/article/view/78832>. Acesso em: 15 out. 2024.

KOCH, Karina. Espectros de um não lugar. **Revista Estado da Arte**, v. 3, n. 1, p. 134-143, 2022.

LIMA, Eliana Costa; VASCONCELOS, Maiara Dutra. **Aeroporto Castro Pinto, uma obra moderna desaparecida**. 2010. Relatório (Estágio Supervisionado V) – Universidade Federal da Paraíba, Centro de Tecnologia, Departamento de Arquitetura, Coordenação de Arquitetura e Urbanismo, João Pessoa, 2010. Disponível em: http://www.lppm.com.br/sites/default/files/registo_de_obras/1985-AeroportoCastroPinto-JP.pdf. Acesso em: 17 abr. 2025.

NAKASSE, Marcelo Kioyassu. **Simulacros em shopping centers: não lugares e a produção de sentido**. 2024. 148 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina – UEL, Londrina, 2021. https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UEL_f46ed1e705c6034d150db619fbf2f338

PARAÍBA (Estado). Decreto nº 37.192, de 29 de dezembro de 2016. Autoriza a transferência da área do Polo Turístico Cabo Branco para a Companhia de Desenvolvimento da Paraíba – CINEP. **Diário Oficial do Estado da Paraíba**, João Pessoa, 29 dez. 2016.

SÁ, Teresa. Lugares e não lugares em Marc Augé. **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**, v. 26, n. 2, p. 209–229, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/97978>. Acesso em: 7 out. 2024.

SCHNEIDER, Luiz Carlos. Lugar e não-lugar: espaços da complexidade. **Ágora**, v. 17, n. 1, p. 65-74, 2015.

SILVA, Luana. João Pessoa é a capital com maior desigualdade de renda do país, aponta IBGE. **Pragmatismo Político**, 12 mar. 2024. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2024/12/joao-pessoa-capital-maior-desigualdade-renda-pais-aponta-ibge.html>. Acesso em: 4 abr. 2025.