



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

TIAGO DA SILVA CASTRO

**"AO SOM DO MAR E À LUZ DO CÉU": DINÂMICAS DAS IMAGENS TURÍSTICAS
DOS PARAÍSO LITORÂNEOS NO BRASIL**

FORTALEZA

2021

TIAGO DA SILVA CASTRO

"AO SOM DO MAR E À LUZ DO CÉU":
DINÂMICAS DAS IMAGENS TURÍSTICAS DOS PARAÍSO LITORÂNEOS NO
BRASIL.

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará (UFC) como requisito final para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Queiroz Pereira.

FORTALEZA

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C353s Castro, Tiago da Silva.
Ao som do mar e à luz do céu: : Dinâmicas das imagens turísticas dos paraísos litorâneos no Brasil. / Tiago da Silva Castro. – 2021.
379 f. : il. color.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, 2021.
Orientação: Prof. Dr. Alexandre Queiroz Pereira.

1. Paraíso litorâneo turístico. 2. Turismo. 3. Imagem turística. 4. Folksonomia. I. Título.

CDD 910

TIAGO DA SILVA CASTRO

"AO SOM DO MAR E À LUZ DO CÉU":
DINÂMICAS DAS IMAGENS TURÍSTICAS DOS PARAÍSO LITORÂNEOS NO
BRASIL.

Data da Defesa: 30.06.2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alexandre Queiroz Pereira (Orientador)
Universidade Federal do Ceará – UFC

Prof. Dr. Eustógio Wanderley Correia Dantas
Universidade Federal do Ceará – UFC

Prof. Dr. Christian Dennys Monteiro de Oliveira
Universidade Federal do Ceará – UFC

Prof. Dr. Francisco Fransualdo de Azevedo
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Prof. Dr. André Riani Costa Perinotto
Universidade Federal do Delta do Parnaíba – UFDPAr

Aos que fazem e compartilham ciência.

Sei que têm sido tempos difíceis, mas história mostrará o lado certo.

À minha família.

Por nossos momentos de compreensão.

À minha Letícia.

Por todas as palavras de apoio e momentos de cuidado e amor.

Aos amigos da turma de Doutorado, aos colegas de LAPUR e de UrbaBeach.

Por todos os momentos de crescimento profissional e amadurecimento enquanto Geógrafo.

AGRADECIMENTOS

Aos meus avós **Albertina e Bento, Josefa e Aauto**, que, pelas vicissitudes do destino constituíram duas grandes famílias e concederam muitas lições de vida.

Ao orientador e amigo **Alexandre Pereira**, pelos auxílios sempre presentes, constante preocupação com a pesquisa e disponibilidade em auxiliar não somente na tese, mas nas diversas questões que permeiam a vida acadêmica e profissional.

Aos professores e amigos **Luzia Neide Coriolano, Eustógio Dantas, José da Silva, Jeovah Meireles, Clélia Lustosa, Iara Gomes, Christian Dennys Oliveira e Adryane Gorayeb**, por seus ensinamentos e exemplos sobre como exercer de maneira ética e responsável o ofício de Geógrafo.

À minha segunda família **WildLife Ceará**, nas pessoas da **Letícia Brustulin, Milton Souza e Lara Campana**, por me arrastarem para o mato sempre que necessário e propiciarem o *hobby* da exploração na natureza.

Aos amigos e amigas **Grupo de Pesquisas sobre Urbanização Litorânea (UrbaBeach)**, pelas profícuas discussões sobre o turismo, sobre a vilegiatura e os processos de modernização do litoral.

Aos meus sogros, **William e Ângela**, por abrirem as portas de sua residência e me receberem tão bem e de maneira tão calorosa.

Às instituições de fomento que financiaram a pesquisa durante toda sua duração, casos da **Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico – FUNCAP** e a **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)**, recursos fundamentais na produção da ciência e do conhecimento.

O presente trabalho foi realizado com apoio da **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)** - Código de Financiamento 001.

“Não os deixe te deprimir. Você deixará um mundo melhor do que quando o encontrou”

Audioslave – Drown me slowly.

RESUMO

A constituição dos destinos de sol e praia no Brasil está para além do do planejamento aplicado nos anos 1990, posto determinadas localidades litorâneas receptarem os primeiros fluxos de visitantes em 1960, num estágio embrionário daquilo que se tornaria modelo a ser seguido nas décadas seguintes. Neste período, caracterizado pela circulação de viajantes curiosos e aventureiros, o principal equipamento turístico se constitui na moradia de famílias ligadas às atividades de subsistência. Citados vilarejos, nos anos seguintes, se revestem de grande importância na rede de espaços turísticos em escalas diversas, receptando fluxos de turistas e investimentos nacionais e internacionais. São estes os casos de Jericoacoara/CE, Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA, Pontal do Atalaia/RJ e Bombinhas/SC. Mencionados balneários, ao terem imagens associadas às representações religiosas e históricas de espaços divinamente concebidos, representam o que se pode chamar de paraísos turísticos. Objetiva-se aqui investigar os fatores e dinâmicas que contribuem para o crescimento e manutenção das imagens turísticas e do processo de turistificação nos paraísos litorâneos no Brasil. Para tanto, o levantamento bibliográfico e documental possibilita análises sobre a função do conceito de paraíso para a religião e o turismo, sobre o processo de valorização da praia, os agentes de turistificação e o planejamento territorial nas diferentes escalas possibilitando a compreensão das semelhanças nos processos e questões específicas de cada caso selecionado. Em seguida cabe compreender, através do levantamento de revistas de viagem, conteúdos digitais e metadados (folksonomia), a importância do turista enquanto agente constituinte do imaginário das destinações. Conclui-se assim que os paraísos litorâneos se constituem por processos de dinamização bastante particulares, iniciados por viajantes alocêntricos e motivados pelas associações com os mitos religiosos e, em virtude de particularidades ambientais, sociais, territoriais e políticas, se constituem como destinações de relevante êxito turístico e por formas urbanas distintas em relação aos destinos metropolitanos e metrópoles litorâneas.

Palavras-chave: Paraíso litorâneo turístico; Turismo; Imagem turística; Folksonomia.

ABSTRACT

The constitution of sun and beach destinations in Brazil is beyond the planning applied in the 1990s, since certain coastal locations received the first flows of visitors in 1960, in an embryonic stage of what would become a model to be followed in the following decades. In this period, characterised by the circulation of curious and adventurous travellers, the main tourist facilities were the homes of families linked to subsistence activities. In the following years these villages became very important in the network of tourist areas in various scales, receiving flows of tourists and national and international investments. These are the cases of Jericoacoara/CE, Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA, Pontal do Atalaia/RJ and Bombinhas/SC. These resorts, with their images associated with religious and historical representations of divinely conceived spaces, represent what can be called tourist paradises. The aim here is to investigate the factors and dynamics that contribute to the growth and maintenance of tourist images and the process of touristification in the coastal paradises in Brazil. To this end, the bibliographical and documental survey enables analyses about the function of the concept of paradise for religion and tourism, about the beach valorization process, the touristification agents and the territorial planning in the different scales enabling the understanding of the similarities in the processes and specific issues of each selected case. Then it is necessary to understand, through the survey of travel magazines, digital content and metadata (folksonomy), the importance of the tourist as a constituent agent of the imaginary of the destinations. We conclude that the coastal paradises are constituted by very particular dynamization processes, initiated by centric travelers and motivated by associations with religious myths and, due to environmental, social, territorial and political particularities, are constituted as destinations of relevant tourist success and by distinct urban forms in relation to metropolitan destinations and coastal metropolises.

Keywords: Coastal tourist paradise; Tourism; Tourist image; Folksonomy.

ASTRATTO

La costituzione delle destinazioni di sole e spiaggia in Brasile è al di là della pianificazione applicata negli anni '90, poiché alcune località costiere ricevettero i primi flussi di visitatori nel 1960, in una fase embrionale di quello che sarebbe diventato un modello da seguire nei decenni successivi. In questo periodo, caratterizzato dalla circolazione di viaggiatori curiosi e avventurosi, le principali strutture turistiche erano le case delle famiglie legate alle attività di sussistenza. Negli anni seguenti questi villaggi divennero molto importanti nella rete delle zone turistiche in varie scale, ricevendo flussi di turisti e investimenti nazionali e internazionali. Questi sono i casi di Jericoacoara/CE, Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA, Pontal do Atalaia/RJ e Bombinhas/SC. Queste località, con le loro immagini associate a rappresentazioni religiose e storiche di spazi concepiti divinamente, rappresentano ciò che può essere chiamato paradiso turistico. L'obiettivo qui è quello di indagare i fattori e le dinamiche che contribuiscono alla crescita e al mantenimento delle immagini turistiche e il processo di turisticizzazione nei paradisi costieri del Brasile. A tal fine, l'indagine bibliografica e documentale permette di analizzare la funzione del concetto di paradiso per la religione e il turismo, il processo di valorizzazione delle spiagge, gli agenti di turisticizzazione e la pianificazione territoriale nelle diverse scale, permettendo di comprendere le somiglianze nei processi e le questioni specifiche di ogni caso selezionato. Allora è necessario capire, attraverso l'indagine delle riviste di viaggio, dei contenuti digitali e dei metadati (folksonomy), l'importanza del turista come agente costitutivo dell'immaginario delle destinazioni. Concludiamo che i paradisi costieri sono costituiti da processi di dinamizzazione molto particolari, iniziati da viaggiatori centrici e motivati da associazioni con miti religiosi e, a causa di particolarità ambientali, sociali, territoriali e politiche, si costituiscono come destinazioni di rilevante successo turistico e da forme urbane distinte in relazione a destinazioni metropolitane e metropoli costiere.

Parole chiave: Paradiso costiero turistico; Turismo; Immagine turistica; Folksonomy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– céu e purgatório de Dante Alighieri	52
Figura 2	– a expulsão de Lúcifer do céu por Johann Zeiller (1760), igreja beneditina de Ottobeuren	53
Figura 3	– porção noroeste de O mapa da Europa, de Abraham Ortelius	60
Figura 4	– o <i>kraken</i> de Julio Verne, em 20 Mil Léguas Submarinas	69
Figura 5	– Anticristo sobre o leviatã	70
Figura 6	– Polifemo lança rochas na tentativa de atingir o barco de Ulisses	71
Figura 7	– Cila atacando o navio de Ulisses enquanto Caríbdis tenta tragá-lo, pintura de Roger Payne	72
Figura 8	– Carta Marina de Olaus Magnus de 1539	73
Figura 9	– <i>The Bay of Naples in the Early Eighteenth Century</i> , de Gaspare Vanvitelli (1700)	81
Figura 10	– baía de Nápoles na atualidade	82
Figura 11	– estruturas do período de testes nucleares no atol de <i>Bikini</i>	91
Figura 12	– floresta e praia se reúnem em Guadalupe, nas ilhas de <i>Basse-Terre</i> e <i>Grande-Terre</i>	92
Figura 13	– a ilha de Trindade, no arquipélago de Trindade e Martim Vaz, Espírito Santo	93
Figura 14	– <i>Tanah Lot Temple</i> , em Bali	111
Figura 15	– faixa de praia em Goa, na Índia	112
Figura 16	– em <i>Phuket</i> , as praias de Karon (acima), Kata (centro) e Kata Noi (abaixo)	113
Figura 17	– ocupação de <i>Ambergris Caye</i> e as barreiras de corais	114
Figura 18	– urbanização e especulação em <i>Jeffrey's Bay</i> , África do Sul	115
Figura 19	– a praia de <i>Nungwi</i> e um dos hotéis locais	116

Figura 20 – Jericoacoara (Jijoca de Jericoacoara/CE), <i>Ambergris Caye</i> (Belize), Pipa (Tibaul do Sul/RN), <i>Kata Beach</i> (<i>Phuket</i> , Tailândia), Ilha do Farol (Arraial do Cabo/RJ) e <i>Tanah Lot Beach</i> (Bali, Indonésia)	117
Figura 21 – cartaz de promoção turística de Cuba em 1950	127
Figura 22 – cartaz de 1960 do <i>Ilikai Western Hotel</i> de <i>Waikiki</i> , Havaí	128
Figura 23 – cartaz de 1960 do Sheraton em <i>Waikiki</i>	129
Figura 24 – cartaz de 1970 sobre Bermuda	131
Figura 25 – cartaz da década de 1980 sobre a Jamaica	133
Figura 26 – <i>folder</i> produzido pela EMBRATUR em 1984	137
Figura 27 – guia de turismo do Brasil de 1978	138
Figura 28 – cartaz de divulgação de Fortaleza, de 1990	139
Figura 29 – placa do acesso à São Miguel dos Milagres	140
Figura 30 – portal de entrada para o <i>Alchemist Beach Club</i> e a Lagoa do Paraíso, em Jijoca de Jericoacoara/CE	141
Figura 31 – página de pesquisa do <i>Instagram</i>	197
Figura 32 – imagens de satélite de 1969 e 2019 da vila de Jericoacoara, Ceará	227
Figura 33 – ocupação da orla de Jericoacoara, Ceará	228
Figura 34 – imagens de satélite de 1969 e 2019 da praia de Maragogi, Alagoas	231
Figura 35 – edificações de quatro e cinco pavimentos em Maragogi/AL	232
Figura 36 – vista aérea da sede de Maragogi/AL	233
Figura 37 – imagens de satélite de 1969 e 2019 de Morro de São Paulo, em Cairu/BA	235
Figura 38 – ocupação na primeira praia de Morro de São Paulo, Cairu/BA	236
Figura 39 – imagens de satélite de 1985 e 2020 de Pontal do Atalaia, em Arraial do Cabo/RJ	238

Figura 40 – ocupação das residências e pousadas em Pontal do Atalaia, Arraial do Cabo/RJ	239
Figura 41 – imagens de satélite de 1985 e 2020 de Bombinhas/SC	241
Figura 42 – ocupação na orla de Bombinha/SC	242
Figura 43 – paisagem da Pedra Furada e do serrote de Jericoacoara	251
Figura 44 – paisagem das galés de Maragogi/AL, a oeste da destinação	257
Figura 45 – erosão do relevo mais ao norte de Morro de São Paulo, em Cairu/BA	260
Figura 46 – <i>masterplan</i> do loteamento Reserva Morro de São Paulo – Segunda Praia, em Cairu/BA	261
Figura 47 – paisagem turística de Morro de São Paulo, em Cairu/BA	262
Figura 48 – área do Parque Estadual da Costa do Sol, em Pontal do Atalaia, Arraial do Cabo/RJ	264
Figura 49 – escadaria de acesso às praias de Pontal do Atalaia e a Ilha do Farol, na RESEX Marinha de Arraial do Cabo, Rio de Janeiro	265
Figura 50 – ARIE da Costeira de Zimbros e praias acessíveis apenas por trilhas, em Bombinhas/SC	269
Figura 51 – principais atrativos de Jericoacoara (esquerda) a Lagoa do Paraíso, o Buraco Azul de Caiçara, a Pedra Furada, (direita) o balanço do Mangue Seco de Guriú e a Árvore da Preguiça	290
Figura 52 – principais atrativos de Maragogi (esquerda) piscinas naturais, galés de Maragogi, praia do Antunes, (direita) praia de Barra Grande e o Caminho de Moisés	291
Figura 53 – principais atrativos de Morro de São Paulo (esquerda) praia do Encanto, Quarta Praia e Segunda Praia, (direita) Tirolesa do Morro e Quarta Praia	293
Figura 54 – principais atrativos de Pontal do Atalaia (esquerda) escadaria de acesso às Prainhas do Pontal, idem, mar defronte para a Ilha do	

Farol, (direita) passeio de barco na costa da Ilha do Farol, Gruta do Amor	295
Figura 55 – principais atrativos de Bombinhas (esquerda) Ilha do Macuco, praia da Sepultura, cachoeira da Praia Triste, (direita) Mirante ECO 360 Morro do Macaco, Passarela entre Bombas e Bombinhas	297
Figura 56 – letreiros existentes nas localidades de (esquerda) Jericoacoara/CE, Bombinhas/SC, (direita) Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA e acesso de Arraial do Cabo/RJ	301
Figura 57 – paisagens de (esquerda) Jericoacoara em 1980, Maragogi em 1970, Morro de São Paulo em 1980, (direita) Pontal do Atalaia ao fundo em 1971 e Bombinhas em 1958	302
Figura 58 – Praça Aurelino Lima, em Morro de São Paulo, Cairu/BA	311
Figura 59 – batismo de mergulho em Arraial do Cabo/RJ	312
Figura 60 – ETA de Bombinhas/SC	313
Figura 61 – Aeroporto Regional Comandante Ariston Pessoa, em Cruz/CE	315
Figura 62 – terminal marítimo de passageiros de Morro de São Paulo e muralha da Fortaleza do Tapirandu	317
Figura 63 – embarcação com toboágua em Arraial do Cabo/RJ	319
Figura 64 – UPA 24h de Bombinhas/SC	323

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– demanda turística estimada dos paraísos pesquisados	273
Tabela 2	– demanda turística internacional por UF (2019)	276
Tabela 3	– dados socioeconômicos dos paraísos turísticos litorâneos	286
Tabela 4	– IDH dos paraísos litorâneos brasileiros (1991 – 2010)	326
Tabela 5	– permanência no emprego e faixas salariais no turismo (2013 – 2019)	330
Tabela 6	– remuneração média de empregados de ACT por município	332

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– características comuns às dimensões espirituais da <i>frontier travel</i> e das jornadas	97
Quadro 2	– características das viagens e das personalidades dos tipos psicográficos de turistas	98
Quadro 3	– temporalidade e agentes da turistificação de balneários litorâneos no Brasil	107
Quadro 4	– opinião dos autóctones diante da chegada do turismo	124
Quadro 5	– potencialidades dos paraísos da revista <i>Go Outside</i>	153
Quadro 6	– potencialidades dos paraísos da revista <i>National Geographic</i>	156
Quadro 7	– potencialidades dos paraísos da revista <i>Qual Viagem</i>	160
Quadro 8	– potencialidades dos paraísos das revistas <i>Go Outside</i> , <i>National Geographic</i> e <i>Qual Viagem</i>	164
Quadro 9	– critérios para seleção de vídeos com o termo "paraíso" no <i>YouTube</i>	181
Quadro 10	– atrativos do paraíso turísticos de vídeos no <i>YouTube</i>	185
Quadro 11	– segmentações e práticas marítimas no paraíso turístico do <i>Instagram</i>	200
Quadro 12	– situações políticas, administrativas e espaciais das destinações turísticas do <i>Instagram</i> no Nordeste	204
Quadro 13	– situações políticas, administrativas e espaciais das destinações turísticas do <i>Instagram</i> nas regiões Norte, Sudeste e Sul	205
Quadro 14	– elementos do paraíso nas visões de diferentes agentes	212
Quadro 15	– políticas de planejamento turístico nos paraísos litorâneos brasileiros	306

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– materiais e métodos da pesquisa	41
Gráfico 2	– representações e significados do paraíso ao longo da história	87
Gráfico 3	– tipologias psicográficas de viajantes e destinos	100
Gráfico 4	– Ciclo de Vida de Área Turística (CVAT)	102
Gráfico 5	– representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pela <i>Go Outside</i> com uso do termo “paraíso” (2008 – 2020)	152
Gráfico 6	– representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pela <i>National Geographic</i> com uso do termo “paraíso” (2009 – 2019)	155
Gráfico 7	– representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pela Qual Viagem com uso do termo “paraíso” (2013 – 2020)	159
Gráfico 8	– representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pelas revistas <i>Go Outside</i> , <i>National Geographic</i> e Qual Viagem com uso do termo “paraíso”	162
Gráfico 9	– fluxo de etapas para integrar <i>digital influencers</i> na promoção de produtos/serviços	178
Gráfico 10	– representatividade dos diferentes ambientes naturais nos vídeos publicados por <i>vloggers</i> com o uso do termo “paraíso”	187
Gráfico 11	– representatividade dos diferentes ambientes nas publicações do Instagram com a <i>hashtag</i> “paraíso”	198
Gráfico 12	– paraísos turísticos por região brasileira nas publicações do <i>Instagram</i>	203
Gráfico 13	– condições de saneamento dos domicílios de Maragogi/AL, em 2000 e 2010 (%)	308

LISTA DE MAPAS

Mapa 1	– cartograma dos paraísos turísticos brasileiros turistificados por agentes alocêntricos	108
Mapa 2	– menções aos paraísos litorâneos no levantamento realizado no Instagram	208
Mapa 3	– cartograma de localização dos paraísos turísticos e capitais	214
Mapa 4	– cartograma de representação do Parque Nacional de Jericoacoara, no Ceará	248
Mapa 5	– cartograma de representação da APA Costa dos Corais	253
Mapa 6	– cartograma de localização da RESEX Marinha de Arraial do Cabo e do Parque Estadual da Costa do Sol	263
Mapa 7	– cartograma de localização da ARIE da Costeira de Zimbros e do Parque Natural Municipal do Morro do Macaco	268
Mapa 8	– cartograma de médias salariais nas ACT nos paraísos litorâneos (2013)	334
Mapa 9	– cartograma de médias salariais nas ACT nos paraísos litorâneos (2019)	335

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACT	Atividades Características do Turismo.
APA	Área de Proteção Ambiental.
APACC	Área de Proteção Ambiental da Costa dos Corais.
ARIE	Área de Relevante Interesse Ecológico.
BNB	Banco do Nordeste do Brasil.
CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviço no Turismo.
CVAT	Ciclo de Vida de Área Turística.
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo.
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade.
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano.
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.
MMA	Ministério do Meio Ambiente.
MPC	Modo de Produção Capitalista.
MPF	Ministério Público Federal.
MPSC	Ministério Público de Santa Catarina.
MTUR	Ministério do Turismo.
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PARNA	Parque Nacional.
PDDU	Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano.
PECS	Parque Estadual da Costa do Sol.
PGIRS	Plano de Gestão Integrado de Resíduos Sólidos.
PMMA	Plano Municipal de Recuperação da Mata Atlântica.
PMT	Plano Municipal de Turismo.
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento do Turismo.
PROINFTUR	Programa de Valorização da Infraestrutura Turística do Litoral Oeste.
PRT	Programa de Regionalização do Turismo.
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais.
RESEX	Reserva Extrativista.
SNIS	Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento.
SNUC	Sistema Nacional de Unidades de Conservação.
UC	Unidade de Conservação.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	20
2	A CONSTITUIÇÃO DO PARAÍSO TERREAL	44
2.1	Abordagens e concepções sobre o edênico	45
2.2	As Ilhas Afortunadas: paraísos à beira mar	57
2.3	Do território do vazio ao paraíso litorâneo	66
3	SACRALIZAÇÃO DO LITORAL: UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL	89
3.1	A conquista dos litorais distantes: viajantes e mochileiros	94
3.2	Discurso e planejamento na venda do paraíso turístico	119
4	O PARAÍSO VIRTUAL: IMAGENS TURÍSTICAS NA ERA DIGITAL	144
4.1	Praias de fotos, vídeos e curtidas: a atuação dos magazines de viagens e das redes sociais no processo de turistificação do litoral	148
4.2	A paisagem litorânea no imaginário social moderno: os estereótipos do paraíso turístico no século XXI	189
5	AO SOM DO MAR E À LUZ DO CÉU: CARACTERÍSTICAS DO PARAÍSO TURÍSTICO NO BRASIL	210
5.1	Elementos definidores do turismo nos paraísos litorâneos	215
6	VIRTUALIDADE E MATERIALIDADE DOS PARAÍÇOS TURÍSTICOS ..	282
6.1	Imagem turística: excepcionalidade e marcas do paraíso	283
6.2	O paraíso turístico: imagem e materialidade	304
7	CONCLUSÕES	341
	REFERÊNCIAS	347
	APÊNDICE A – MATÉRIAS PUBLICADAS PELA GO OUTSIDE COM USO DO TERMO "PARAÍSO"	363
	APÊNDICE B – MATÉRIAS PUBLICADAS PELA NATIONAL GEOGRAPHIC COM USO DO TERMO "PARAÍSO"	365
	APÊNDICE C – MATÉRIAS PUBLICADAS PELA QUAL VIAGEM COM USO DO TERMO "PARAÍSO"	367
	APÊNDICE D – VÍDEOS PUBLICADOS NO YOUTUBE COM USO DO TERMO "PARAÍSO" EM TÍTULOS OU TAGS DE CATEGORIZAÇÃO ..	370
	APÊNDICE E – DESTINAÇÕES LITORÂNEAS MARCADAS COMO PARAÍSO PELOS USUÁRIOS DO INSTAGRAM	378

1 INTRODUÇÃO

“O Havaí é o paraíso. Parece extravagante dizer isso, mas há música no ar lá”.

Bruno Mars

A pesquisa foi iniciada, ainda em 2017, sob a premissa de compreender como a atividade turística se espacializa pelas localidades litorâneas mais isoladas do Brasil. O primeiro passo foi, como de costume na pesquisa em Geografia, estabelecer recortes espaçotemporais para a tese.

Após análise prévia de critérios como morfologia urbana, distâncias em relação às metrópoles, proveniência dos fluxos de visitantes, imagens turísticas e patrimônios ambientais, foi estabelecido escopo de destinações relativamente semelhantes e distribuídas no litoral brasileiro, casos dos balneários litorâneos dos municípios de Jijoca de Jericoacoara/CE, Fernando de Noronha/PE, Cairu/BA, Arraial do Cabo/RJ e Bombinhas/SC.

No entanto, visando desenvolver a pesquisa junto aos estudos de caso mais notáveis, ficou decidido que os recortes a serem inclusos na pesquisa seriam fundamentados mediante levantamentos realizados nas matérias dos magazines de viagens, conteúdos criados por influenciadores digitais e publicações no *Instagram*. Desta forma, ao selecionar os recortes mediante dados primários, parte-se da visão social de paraíso moderno para entender porque estes assim são chamados.

Daí em diante um termo surge como fundante para a pesquisa: o paraíso turístico. Mencionada substantivação das características edênicas, difundida pelos veículos de informação e pela publicidade turística, se constitui como base para a leitura sobre a zona costeira, as relações existentes nesta parcela do espaço e as dinâmicas de modificação do imaginário da praia.

Abordando as relações entre paraíso, religião, mar e sociedade, chegou-se aqui à conclusão de que importa compreender como a praia se constitui como espaço sacralizado na atualidade, para então discutir os elementos formadores comuns destas imagens num contexto multiescalar. Destacam-se nestes elementos as motivações sociais e subjetivas para visitação das zonas de praia, as visões dos

primeiros visitantes, as imagens estabelecidas de acordo com os diferentes sujeitos e meios de propagação.

Somente após esta análise sobre as imagens turísticas gestadas e respectivas representatividades no mercado turístico, sobretudo na escala nacional, são selecionados balneários específicos para estudo das características comuns aos paraísos litorâneos no Brasil.

O objeto da pesquisa se constitui na dinâmica multitemporal de turistificação dos balneários no litoral brasileiro, analisando assim os processos de formação turística não planejados, o estabelecimento das imagens e as características espaciais comuns a estes ao longo do tempo.

A partir da década de 1960, os balneários litorâneos são gradualmente incluídos na rede de localidades potencialmente turísticas no litoral brasileiro. Porém tal processo não se realiza de forma planejada, possuindo caráter espontâneo, mas não natural, ligado às demandas de viajantes que buscavam novas paragens nos litorais distantes das capitais.

Tais movimentos, impulsionados pela concepção sobre existência de paraísos litorâneos voltados ao lazer, possibilita os graduais processos de visitação e apropriação da zona costeira não metropolitana nas décadas seguintes. Assim, verifica-se processo de turistificação não planejado em espacialidades pouco ou nada influenciadas pelas dinâmicas urbanas das metrópoles.

Somente a partir da década de 1980, verificam-se no Brasil, ações voltadas ao estabelecimento do turismo para além das capitais, inicialmente nas proposições legais da Constituição Federal, posteriormente no planejamento estatal destinado à dinamização da atividade turística no território nacional.

Neste contexto se insere o turismo de sol e praia no Brasil. Dos mares barrentos do Amapá às gélidas águas do Rio Grande do Sul, têm-se 8,5 mil quilômetros de costa brasileira, repleta de promontórios e reentrâncias com considerável variedade de paisagens e ainda mais importante disponibilidade fundiária.

Mencionadas características catalisam processo de ocupação pautado no usufruto das benesses da ambiência litorânea, a qual há muito está associada às práticas terapêuticas, à contemplação, aos esportes e ao lazer. Constata-se assim

importante processo de transfiguração do imaginário da praia: de espacialidade de envio e chegada de itinerários viajantes a espaço produzido para receptor a reprodução de visitantes.

Constitui-se assim importante segmento turístico, responsável por polarizar pessoas, ações de planejamento, investimentos, fixos e capitais às zonas de praia. Cabe então estabelecer percurso voltado à análise e compreensão da dinâmica de turistificação dos espaços litorâneos distantes das metrópoles, as causas, os consequentes processos e impactos ocasionados.

Recorte Espaço-temporal da Pesquisa

O processo de constituição dos balneários turísticos litorâneos no Brasil tem a década de 1960 como momento inicial do processo de descobrimento. A chegada dos primeiros visitantes tem a visita às isoladas vilas de pescadores e encontro de novos destinos de lazer como justificativa inicial.

Assim, a pesquisa busca abordar os aspectos gerais da turistificação do litoral brasileiro não metropolitano, bem como as nuances específicas de formação dos balneários que serão selecionados. Desta forma, fica estabelecido para a análise aqui proposta o recorte temporal referente às seis últimas décadas, compreendendo o período que vai de 1960 a 2020.

Compreendendo a existência de estudos prévios e mais específicos sobre os casos estudados, será dado maior enfoque sobre os acontecimentos das últimas duas décadas, partindo daí a contribuição desta tese para a compreensão de paradigmas referentes às dinâmicas de turistificação não metropolitana no litoral do Brasil.

Já o recorte espacial se constituirá através da análise de critérios de inclusão relacionados à imagem turística e à experiência dos visitantes como as características socioespaciais comuns à ideia de paraíso terreal, o processo de turistificação não planejado, as visões dos visitantes, a criação das imagens e os discursos estabelecidos pela publicidade e pelas mídias, somando a isto, ainda que de forma secundária, as condições de acesso ao longo do tempo, a ausência de planejamento estatal prévio, os aspectos geoambientais e as estratégias de renovação da imagem turística dos lugares.

A serem discutidos com maior profundidade, tais critérios possibilitarão a seleção dos balneários pertencentes a diversas regiões do litoral brasileiro. A partir de então será possível análise de outros critérios como os padrões de morfologia urbana, vetores de expansão, condições de fluidez, dinâmica turística, sazonalidade e segmentações mais proeminentes de cada destino, proveniência dos fluxos polarizados, as relações com os contextos metropolitanos, ações de planejamento e imagens turísticas dos paraísos turísticos.

Inseridos em meio a planícies litorâneas, campos de dunas, cordões de falésias, cadeias montanhosas e resquícios de Mata Atlântica, mencionados balneários possibilitam análises pautadas em questões relativas às dinâmicas socioambientais. Cabe lembrar que tais relações estão intimamente ligadas à espacialização das práticas marítimas modernas, notadamente as dinâmicas do turismo de sol e praia, a vilegiatura marítima e o conseqüente processo de urbanização litorânea. Assim, são notadamente pontos focais dos processos de planejamento turístico pautados nas últimas décadas.

Inicialmente como fatores preponderantes, referidos aspectos naturais são fundamentais para a propagação das imagens turística dos destinos em foco. Posteriormente como produtos a serem geridos, necessitam de importantes ações voltadas à gestão dos recursos naturais e culturais, proteção e atenuação dos impactos causados pelo processo de urbanização litorânea.

Assim, através da recorrência dos processos de especulação fundiária, especulação imobiliária, expropriação do solo e aumento dos conflitos socioambientais, há a criação da escassez do solo à beira mar. Mencionada dinâmica confere particularidades à urbanização litorânea, pautada no efeito de moda de morar na praia juntamente à construção do imaginário relacionado ao lazer nos paraísos litorâneos. Desta forma, as práticas marítimas modernas do turismo e da vilegiatura se realizam quase que concomitantemente, expropriando, territorializando e produzindo diferentes arranjos espaciais na costa brasileira.

Justificativa e problematização

A pesquisa se justifica pela necessidade de compreender como se dá o processo de turistificação e as dinâmicas provenientes deste nos balneários turísticos

isolados na zona costeira do Brasil, buscando compreender as características do paraíso turístico e as respectivas dinâmicas associadas.

Ressalta-se, inicialmente, que mencionados objetos de pesquisa não passaram por ações de planejamento estatal visando início da dinamização turística. Assim, são importantes as análises sobre as dinâmicas capazes de fomentar a reestruturação produtiva a parcela não metropolitana da zona costeira brasileira.

Ainda, torna-se relevante constatar os aspectos particulares do processo de turistificação nos balneários turísticos nas diversas regiões do país, contribuindo assim para a elaboração de tese sobre o processo de criação das imagens turísticas anteriores à inserção do planejamento, os elementos de manutenção e renovação destas.

É possível afirmar que as referências religiosas e sacras ao mar e ao litoral não são recentes, datando de muito antes do cristianismo e das religiões que atualmente conhecemos. O mar, em muitas visões, representava instrumento da fúria divina e espaço inicial da criação e a este somam-se as ilhas, os penhascos, os pântanos, as navegações e outros elementos capazes misturar sentimentos como admiração e medo.

Alain Corbin (1989, p. 30), ao elaborar análise sobre "as figuras iniciais da admiração" humana pela zona costeira, lembra que as contribuições da teologia natural, responsável pelo entendimento do litoral como dádiva celeste, e dos viajantes desejosos de conhecer as realidades previamente relatadas pelos autores da antiguidade clássica, são imprescindíveis para a compreensão da praia como paraíso a ser usufruído.

Ainda, ao estabelecer os fatores catalisadores da valorização das zonas de praia europeias, sobretudo a partir de meados do século XVII, Corbin (1989) ressalta a importância das viagens às localidades mais distantes dos contextos urbanos da época. Assim, as praias da cidade holandesa de Haia, em especial o bairro de *Scheveningen*, e as paisagens descortinadas da baía de Nápoles representam, naquele momento, o que há de mais belo e admirável em relação àquilo que se encontra a beira mar na Europa.

Em relação aos litorais distantes dos grandes centros urbanos brasileiros, a década de 1960 marca início do processo de receptação de fluxos turísticos avulsos,

impulsionados pelos anseios de viajantes por conhecer praias e vilas de pescadores isoladas dos contextos urbanos. Mencionada dinâmica possui ainda os pensamentos libertários e contraculturais como fundantes na busca por paisagens naturais e pouco urbanizadas.

Neste momento, os mochileiros e as comunidades marítimas pesqueiras tornam-se os principais sujeitos no estabelecimento de arremedos de turismo nas localidades em questão. Ao passo que visitantes percorrem consideráveis distâncias em busca dos paraísos litorâneos, pescadores, marisqueiros e criadores abrem as portas das residências para abrigar os potenciais visitantes¹.

Vilas como Jericoacoara/CE, Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA, Búzios/RJ e Porto Belo/SC, desde as décadas de 1960, recebem visitantes que percorriam quilômetros em busca das bucólicas paisagens cercadas por planícies litorâneas, canais de maré, campos de dunas e coqueirais.

Mencionados fluxos, provenientes em sua maioria das capitais estaduais e de outros países, catalisam importante processo de refuncionalização da zona costeira no país. Práticas marítimas modernas como o surfe, o mergulho, os banhos de mar e sol conferem novos usos à praia, assim como as paisagens dominadas pelo elemento natural representam uma releitura do que se considera paradisíaco na modernidade.

Dantas (2011) ressalta que tais práticas, gradualmente adequadas às dinâmicas nacionais de usos da praia, possibilitam o surgimento de nova visão sobre o litoral. Espaço onde anteriormente predominavam as práticas da pesca, navegação e comércio, passa por importante processo de apropriação pautado na ideia de visitar e morar na praia.

A partir da discussão sobre a turistificação em postos mais isolados do litoral brasileiro e as dinâmicas socioespaciais, econômicas, culturais e ambientais impulsionadas, a pesquisa será guiada pelos seguintes questionamentos, compostos pela questão principal e as demais que, ao suscitarem investigações afins, buscam contribuir com a resposta da tese:

¹ Mencionada prática constitui-se como estágio embrionário daquilo que viria a se tornar a hospedagem de visitantes.

- Quais elementos e condições contribuem para a criação, o crescimento e a manutenção do processo de turistificação dos paraísos litorâneos no Brasil?
- Como se dá a apropriação e a materialização da ideia religiosa de paraíso por agentes de turistificação e pelo mercado turístico?
- Como se constitui o processo de turistificação e propagação das imagens dos balneários litorâneos antes da aplicação de planejamento setorial?
- Quais arranjos espaciais se constituem por meio da inserção da prática turística e do planejamento nos paraísos do litoral brasileiro?
- Qual relação se estabelece entre a existência de paraísos litorâneos turísticos e o planejamento setorial?

Objetivos

A tese possui como objetivo geral a investigação das condicionantes fundamentais do processo de criação, crescimento, propagação e manutenção das imagens e dinâmicas turísticas que definem os paraísos litorâneos brasileiros.

Como objetivos específicos, que buscam auxiliar a apreensão das características fundamentais destas destinações, suas particularidades e potencialidades, têm-se as seguintes proposições:

- Analisar a constituição da praia como espaço passível de ser relacionado à imagem paradisíaca religiosa e turística.
- Verificar como são criadas e reproduzidas as imagens de balneários litorâneos isolados.
- Identificar os arranjos espaciais produzidos mediante da inserção das dinâmicas do turismo litorâneo nos balneários brasileiros.
- Compreender as relações que se constituem entre o conceito de paraísos litorâneos e as ações de planejamento do território.

Estado da arte

Investigar o processo de criação do que se entende por paraíso turístico litorâneo envolve abordagem de diversas áreas do conhecimento e visões externas à academia. Mencionados enfoques tornam possível apreender não somente os processos de turistificação de parcelas do espaço litorâneo global, mas também as bases materiais e sociológicas deste.

Assim, cabe compreender que são numerosos os materiais, documentos e bibliografias que percorrem os temas da pesquisa aqui proposta. Crenças e relatos religiosos, escritos históricos e mitológicos, relatos de viagem e bibliografias referentes a diferentes campos de estudo científico se constituem como basilares para o entendimento da dinâmica de formação das imagens dos paraísos litorâneos turísticos.

Ao tratar do espaço geográfico, Santos (1988) ressalta não apenas conceito fundante da ciência geográfica, mas categoria de análise que leva em consideração o sistema de objetos e sistema de ações e todas as relações que daí emanam. Isto é, não é possível compreender as ações humanas sem analisar relações sociais e o rebatimento espacial destas, bem como a influência dos objetos – naturais e artificiais – no processo de transformação do espaço geográfico.

Acontece que os espaços turísticos são essencialmente geográficos em essência e, portanto, apenas são adjetivados em virtude das ações majoritárias que conformam os sistemas de objetos turísticos e ações voltadas à turistificação, lembrando do constante movimento da sociedade local e externa que os preenche.

Ainda, Santos (1980) denota que mencionadas interações se constituem pelas relações dialéticas entre forma, processo, estrutura e função. Entende-se que os contatos da sociedade com a natureza irão se constituir através do conjunto de formas provenientes das relações sociais multitemporais e, conseqüentemente, por uma estrutura relacional que se manifesta por meio de processos e funções.

É também importante compreender que os diferentes níveis de relações entre sociedade e natureza conferem determinadas particularidades ou formas organizacionais ao espaço geográfico, o que notadamente suscita a utilização de outras categorias de análise (SANTOS, 2005). É importante a percepção dos objetos e movimentos impressos num determinado momento do espaço geográfico, conformando a paisagem. Também é fundamental a espacialização das relações de produção e as especializações verificadas nos territórios, o que notadamente configura a categoria da região.

A região ainda pode ser entendida como a base de um código social comum (GOMES, 2000). Segundo Castro (1992), esta possui necessariamente uma identidade, sendo esta pautada de acordo com a cultura, sociedade e economia,

passível assim de ser delimitada através de diversos aspectos. Constatam-se assim os recorrentes processos de regionalização turística, pautados na importância de alguns destinos na polarização de fluxos e fixos bem como a redistribuição destes nos destinos contíguos, buscando assim a constituição de roteiros ou a elaboração de diversas áreas segmentadas para atuais e futuras intervenções.

De acordo com Claval (1979), as relações de poder se constituem como formas de modificar o meio e, conseqüentemente, a sociedade, retirando e controlando os recursos através da governança. Tais relações se materializam de diferentes formas, através da criação de domínios institucionalizados ou ilegais, permanentes ou efêmeros. Estas relações de poder conferem ao espaço configurações territoriais que, segundo Saquet (2007, 2011), podem ser constituídas por diferentes formas de territorialização.

Em oposição à sobreposição de forças socialmente estabelecidas, Santos (2005) ressalta que a instituição de relações com base na solidariedade contribui para a formação do lugar. Tal solidariedade realiza-se sobretudo junto aos grupos sociais menos abastados, como é o caso das comunidades marítimas pesqueiras, onde a integração entre os membros fortalece o bem-estar coletivo e as resistências.

Heinberg (1991), realiza longa e detalhada análise em relação às características e visões de diferentes crenças, religiões e povos quanto ao mito do paraíso e suas ligações com a criação da humanidade. Tornam-se recorrentes assim as menções ao Éden, às Ilhas Afortunadas e aos Elísios.

Aoun (2003), em pesquisa que busca compreender a associação entre paraíso e espaços turísticos denota as raízes mitológicas e religiosas desta relação, compreendendo assim o impacto dos relatos bíblicos e das mitologias orientais e clássicas na conformação de uma visão moderna de paraíso turístico.

Ainda em relação às representações do paraíso, Delumeau (2004) ressalta que as diferentes formas de artes existentes são notadamente capazes de propagar diferentes visões em relação ao mito edênico, possibilitando a discussão sobre a existência material desta localização. Corrobora com esta discussão Rojek (2003), ao abordar a sacralização de espaços turísticos em virtude de suas singularidades.

São importantes as considerações de Holanda (2000) no que tange às visões do paraíso e as grandes navegações, compreendendo o rebatimento das

descrições religiosas na crença de navegantes e exploradores. Torna-se assim muito comum a associação de ilhas e costas com elementos e paisagens referentes ao paraíso terreal.

Compreende-se que os escritos de Hesíodo (2012) em relação à antiguidade clássica contribuem de maneira importante na análise sobre o mito das ilhas afortunadas e respectivas características. Daí nota-se importante inflexão quanto à presença dos Elísios nos ambientes insulares do Atlântico, sobretudo nas regiões das Bahamas e das Canárias.

Corbin (1989), em sua análise sobre o processo de popularização da praia como espaço de lazer, estabelece quadro que possibilita a abordagem do estágio embrionário daquilo que viria a se tornar o turismo em regiões remotas do território europeu.

Ao abordar as viagens dos escritores românticos, dos desejosos pela ambiência litorânea solitária, dos viajantes que buscam a travessia por praias, florestas, montanhas e falésias, dos turistas do século XVIII, Alain Corbin (1989) ressalta a importância dos grandes deslocamentos e do quase isolamento de determinados destinos de viagem. Em relação a esta prática, mencionado autor denota (1989, p. 195):

O essencial reside talvez na longa interrogação sobre o desejo, o prazer e o sentido da viagem. É a resposta, na verdade, que condiciona os procedimentos de registro. O relato de viagem romântico não visa ao quadro; o essencial não é mais a descrição da realidade do objeto, mas a dos seus "efeitos sobre a alma". O viajante conta com as primeiras impressões "livres e naturais", os sentimentos, não as observações maduras; daí a importância do ser amado, cuja ausência suscita a produção, impõe a correspondência e desperta na alma a emoção. Por outro lado, o viajante romântico se insurge contra a massificação em curso dos procedimentos turísticos. Procura evitar as caravanas, e até mesmo os grupos, cuja tagarelice impede o afloramento das impressões. "Um país novo, uma natureza e costumes novos, para quatro homens é um espetáculo; para um só homem, é uma conquista."

De maneira muito semelhante, ressalta Williams (2011) que a busca pelo bucólico nos campos e litorais ingleses representam uma busca da sociedade a época por resgatar sentimentos de outrora, fazendo clara referência às questões urbanas e econômicas vigentes na Europa e, em especial, na Grã-Bretanha.

Ainda sobre os espaços de lazer e balneários marítimos ingleses, Walton (2009) analisa o escopo de experiências buscadas pelas elites e, posteriormente, pelas classes médias e trabalhadoras. Segundo o autor, é fundamental compreender os elementos suscitadores destes deslocamentos e as funções adquiridas por estes pequenos vilarejos e estações balneárias.

Gradualmente as visões e preceitos religiosos que permeiam a praia são suplantadas pelo processo de secularização, discutir por Jarratt e Sharpley (2017). Da mesma maneira, Durkheim (1964) denota que mesmo com os avanços da ciência e da razão, ainda é muito comum que a sociedade se apegue a preceitos religiosos no que tange às representações naturais.

Laing e Crouch (2009), ao tratarem do tema das jornadas e dos tipos de turistas que buscam os espaços mais isolados e distantes, ressaltam a existência dos *frontier travellers*. Estes, por seus desejos de aventura e de autoconhecimento, notadamente procuram aventuras e superação de limites, rompendo assim as fronteiras impostas socialmente sobre aquilo que é visitável ou não.

O acima exposto se constitui no cerne daquilo que viria a ser a viagem realizada pelo *backpacker*. Após a Segunda Guerra Mundial, mencionado sujeito, de acordo com Telfer (2009), se constitui naquele que viaja a destinos não convencionais, com pouco dinheiro, buscando as opções mais baratas, ou mesmo gratuitas, de acomodação, muitas vezes vivendo inclusive como os moradores locais.

Responsáveis pela descoberta e dinamização inicial de determinados lugares turísticos, os mochileiros se caracterizam por evitar os locais do turismo de massa e buscar destinos que possuam características únicas, normalmente de difícil acesso. Sharpley (2009), ao verificar o crescimento do fluxo de mochileiros na África do Sul, menciona que a busca por locais pouco explorados, a possibilidade de reduzir os custos das viagens e as chances de se envolver com os aspectos culturais dos espaços visitados são os principais motivadores deste tipo de turista.

Com importantes análises sobre os diferentes tipos de turistas e espaços turísticos, Plog (2001) considera tipos psicográficos destes e as características quando à densidade de comodidades turísticas e as possibilidades de aventura ou visitação através de serviços standardizados e pacotes turísticos. Já Butler (1980)

infere a existência de um ciclo de vida de área turística capaz de denotar os caminhos a serem seguidos pelas destinações após início do processo de turistificação.

Quanto à descoberta dos espaços turísticos, Knafou (1996) ressalta a importância dos turistas como agentes deste processo, comumente relegados ao segundo plano em virtude da reificação do planejamento setorial e das políticas públicas de turismo.

O processo de turistificação de balneários litorâneos no Brasil remonta à década de 1960, período no qual a costa brasileira tinha nas capitais os principais focos de urbanização litorânea. Em verdade, maior parte da zona costeira se constituía por grandes áreas isoladas com precárias condições de fluidez (MORAES, 2001)

Cabe a compreensão de que o litoral nacional passa constantemente por importantes modificações pautadas na transformação da primeira natureza, notadamente casos dos campos de dunas, manguezais, serrotes, faixas de praia, canais de maré e planícies fluviomarinhas, em segunda natureza, representada por vilas de pescadores, vias de acesso e paisagísticas, portos, hotéis, atrativos turísticos, urbanização litorânea.

Krippendorf (2003) discute o processo de consolidação da cadeia produtiva do turismo nas destinações, compreendendo a transformação das pequenas hospedagens nas residências de moradores em pousadas, bem como a inserção de um sistema de comércio para atender à crescente demanda de turistas e vilegiaturistas.

Assim, Santos (2006) ressalta que o processo de urbanização eminentemente global, juntamente à revolução verde da segunda metade do século XX, tende a constituir uma segunda natureza de abrangência mundial. Nota-se que mencionadas dinâmicas são recorrentes na zona costeira do país.

É ainda fundamental compreender, conforme a leitura de Spósito (2008) sobre redes, que em geral o estabelecimento de regiões turísticas se trata basicamente na constituição de redes de territórios turísticos² intermediados por áreas de passagem com outras funções na divisão territorial do trabalho. Desta forma, a

² Conforme Knafou (1996), os territórios turísticos são porções do espaço funcionalizadas pelas práticas turísticas.

região turística em si existe para fins de planejamento, o que, no entanto, não se constitui materialmente.

Adentrando nas análises quanto à criação e reprodução das imagens turísticas, Stédile (2018) caracteriza a importância dos aspectos arquitetônicos e paisagísticos na elaboração das imagens veiculadas por jornais e revistas. Muitos destes são fundamentais na mediação do que Urry (1996) chama de o olhar do turista, o qual deve ser direcionado para determinados atrativos e paisagens.

Há, segundo Daye (2005), uma tropicalização da imagem turística propagada pelos meios de comunicação entre as décadas de 1970 e 1990, denotando os aspectos atrativos das zonas litorâneas dos trópicos e as possibilidades daqueles que as visitam. Estas destinações, conforme Urry (1996), influenciam a prática turística como uma espécie de peregrinação.

Long e Robinson (2009) discutem sobre a função da mídia na consolidação do turismo internacional, enquanto propagadora de imagens e significados facilmente compreendidos pelos turistas em potencial. Da mesma maneira, Falco (2015) afirma que há uma constante aproximação entre publicidade turística e religiosidade, a qual fornece os termos e valores eternos que são constantemente ativados para qualificar destinações e atrativos.

Preston-Whyte (2004) ressalta a importância adquirida pelo mar através da associação entre a religiosidade e a publicidade turística, sendo este ambiente muito ligado aos rituais de limpeza, de devoção e de paixão. Gretzel e Fesenmaier (2009) analisam as relações entre publicidade turística e a importância adquirida pelos *social media* nos últimos anos, denotando a importância destes para a popularização das imagens turísticas para além das revistas de viagens.

Shih (1998) discute o conceito de tecnologia cibernética, denotando a importância desta para a propagação de imagens fotográficas, na possibilidade de criação e no fortalecimento de uma mídia alternativa para produção de conteúdos e propagação de imagens turísticas. Igualmente importante na atualidade é a análise de Andrade *et al* (2018) sobre a importância dos *digital influencers* enquanto produtores de conteúdo digital sobre viagens e experiências turísticas.

Hall (2001) estabelece importante debate sobre o processo de planificação de regiões e localidades turísticas, possibilitando assim a compreensão sobre os

métodos e estratégias de planejamento e as consequências provenientes destes. Diante da análise do autor, é fundamental compreender que o planejamento turístico está para além da noção de infraestrutura e diretrizes urbanas.

Quanto à folksonomia e ao uso crescente de tecnologias sociais, Meira *et al* (2012) ressalta que é importante a participação do maior número de usuários no estabelecimento de bancos de dados. Assim, conforme Pereira e Santiago (2017), o acesso às tecnologias da informação e à *internet* torna ferramentas como as redes sociais fundamentais no processo de popularização de destinações e produtos turísticos.

King e Pearlman (2009), verificando as possibilidades geradas pelo planejamento turístico nas escalas locais e regionais, compreendem mencionadas ações como um conjunto de práticas voltadas à constituição de espaços capacitados para receber fluxos de pessoas de capitais turísticos assim como as possibilidades geradas.

Pearce (2003), em estudo sobre os fluxos turísticos em escala global e o mercado de viagens, possibilita discussão sobre os fatores responsáveis pelo redimensionamento do número de visitantes em diversas escalas, bem como as características de diferentes segmentos turísticos e as condicionantes para a dinamização de cada um destes.

Sobre a espacialização das práticas de lazer, Carlos (2007) ressalta que o período atual mostra tendências de massificação da sociedade urbana em escala global, como exemplificado pela expansão do turismo sobre o campo e o litoral, o que não significa dizer que há um *continuum* espacial urbano. Constata-se assim que o processo de urbanização litorânea pode se realizar mesmo em espaços quase isolados, através da polarização de fluxos por determinados fatores e características ambientais e paisagísticas.

Sobre a mercantilização do espaço, Sánchez (2003) afirma que a cidade-mercadoria se constitui como espaço subordinado às novas relações de produção capitalistas, através da inserção das técnicas, da intensificação dos fluxos e massificação dos fixos, sobretudo voltados à promoção do turismo, ao consumo e à valorização da habitação.

Mullins (1992), em estudo sobre a dinâmica de urbanização turística, lembra que o conceito denota processos de multiplicação de cidades e localidades especialmente construídas para atender aos anseios do mercado do turismo de massa. E tal objetivo é alcançado através da inserção de fixos ligados à prestação de bens e serviços, residências secundárias, equipamentos e atrativos turísticos.

Constata-se assim, diante de importante bibliografia e diversificados enfoques, que existem algumas lacunas que a pesquisa preenche, notadamente o caso da conceituação do paraíso litorâneo turístico, do processo de urbanização destas tipologias de destinações turísticas, da inversa relação entre turistificação e planejamento, e das características fundamentais das imagens turísticas exitosas na atualidade.

Metodologia

Na busca por investigar a produção e as influências das imagens turísticas na conformação territorial dos paraísos litorâneos, é fundamental estabelecer caminho que possibilite a abordagem dos conceitos referentes à produção do espaço litorâneo brasileiro, bem como a análise das bases de conceituais e terminológicas concernentes às visões religiosas sobre o paraíso celestial, aos processos de apropriação do termo e à secularização dos significados.

Portanto a pesquisa se constitui por meio de abordagem de bases metodológicas e procedimentais hermenêuticas, dialéticas e fenomenológicas dos elementos textuais e do imaginário referente aos paraísos virtuais e materiais, empreendendo análises qualitativas e quantitativas sobre os elementos constituintes das imagéticas, entendendo estas como resultados de constantes processos de ressignificação das bases religiosas, culturais, sociais, econômicas e ambientais da sociedade global.

Inicialmente, ao analisar a associação da paisagem litorânea com o imaginário sacro religioso sobre o mito do paraíso, a pesquisa se debruça por uma documentação que, por vezes, distancia-se da bibliografia acadêmica e científica contemporânea. Através de abordagem hermenêutica, relatos existentes em livros sagrados de diferentes religiões – Bíblia, Alcorão, Avestá, mitologia grega e nórdica – e crenças, documentos históricos e poemas antigos (cartas de monstros habitantes no oceano, relatos descritivos sobre formas e criaturas existentes nas zonas de praia)

conferem importantes elementos na discussão sobre a simbologia e os significados de paraíso e suas referências ao mar e à zona costeira.

Mencionados recursos são potencializados em suas capacidades descritivas da realidade quando associados a bibliografias que ressaltam os estudos científicos da história, da sociologia, da religião, da antropologia e do turismo quanto à apropriação cultural, sociológica, mercadológica e turística dos fenômenos e das simbologias religiosas concernentes ao paraíso mítico e terrenal, resignificando assim as viagens oceânicas, a estadia à beira mar e as práticas de lazer aí realizadas.

Referido aporte científico, composto por teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso, artigos e livros, foi prospectado em plataformas acadêmicas e redes sociais de pesquisadores como o portal *Google Acadêmico*, o Portal de Teses e Dissertações da CAPES, revistas científicas nacionais e internacionais ligadas às áreas da Geografia, do Turismo, da Sociologia, da comunicação, da história e áreas afins, bem como junto às redes de pesquisadores *Academia.edu*, *Researchgate.com*, com auxílio da busca via *Google* para os casos de livros e artigos em PDF e aquisição de versões físicas originais e fotocópias. Em grande parte, a bibliografia internacional consultada tem proveniência ibérica, espanhola, francesa, anglo-saxã, norte-americana, mexicana e de outros países da Europa e da Oceania.

A partir de então, na busca por verificar a criação e popularização das imagens fotográficas dos paraísos litorâneos, é primordial a discussão à luz de diversas áreas do conhecimento científico quanto às simbologias referentes ao paraíso mítico, aos medos que condicionam as práticas marítimas das sociedades até a modernidade, às relações entre praia e as concepções religiosas, às interpretações e devaneios sobre o paraíso terrenal e à existência de agentes responsáveis pela gradual apropriação em relação às zonas de praia em escala global.

Referidos agentes são notadamente impulsionados, mais que quaisquer outros, a admirar o mar como representação da força divina e a praia como possibilidade de maior contato entre criador e criatura, onde as ondas pós-diluvianas demonstravam a presença de Deus na proteção da humanidade. Escritores, religiosos, discursos médicos, viajantes e mochileiros são apenas aqueles que mais se destacam diante da conquista dos litorais distantes dos grandes centros urbanos.

Para tanto, a análise de bibliografia referente às diferentes leituras e relação à praia, às práticas das viagens na antiguidade, os perfis de viajantes e destinações, bem como os agentes responsáveis pela ressignificação das zonas de praia conformam importante debate quanto ao processo de turistificação do paraíso litorâneo.

Assim, o referencial teórico é base para as discussões empreendidas durante a tese, em virtude dos esforços teóricos, metodológicos e empíricos dos autores na busca por estabelecer paradigmas e noções sobre o imaginário referente à praia, as questões históricas e sociológicas que permeiam os contextos dos agentes de turistificação, e a constituição do turismo de sol e praia nos balneários mais urbanizados e nos mais isolados em diversas escalas.

Ainda, é importante a análise dos elementos embrionários de tais formas balneares nas escalas nacional e global, assim como a construção dos significados, do imaginário e das imagens fotográficas destes destinos agora turísticos, as dinâmicas que configuram o espaço urbano dos recortes inicialmente apropriados pelos viajantes alocêntricos, os impactos das ações de planejamento territorial e as características comuns que contribuem para conceituação geográfica dos paraísos litorâneos turísticos no Brasil.

Buscando compreender como de fato se constituem os imaginários turísticos e imagens de parcelas isoladas do espaço litorâneo em recortes que estão para além da escala nacional, a pesquisa analisa a chegada dos primeiros fluxos de visitantes aos paraísos litorâneos nos continentes africano, asiático, oceânico e americano, partindo de meados do século XX até o momento atual, onde o processo de globalização permite abertura cada vez maior dos lugares às influências, fluxos e fixos do mercado turístico global.

A bibliografia ainda contribui no levantamento de estudos de caso e respectivas dinâmicas, denotando assim cenários verificados após a chegada de mochileiros, pescadores e surfistas às zonas de praia de países como Tailândia, África do Sul, Índia, Austrália e Brasil. Torna-se possível compreender a função destes agentes no processo de popularização do imaginário destas destinações, analisando as respectivas práticas de visitação, suas motivações de viagem e retorno, as relações entre visitantes e residentes e olhares relativos aos turistas.

Buscando o entendimento sobre o processo de formação das imagéticas das recém-dinamizadas destinações turísticas e a reprodução multiescalar destas ao longo dos últimos 70 anos, realiza-se levantamento e análise de notícias, peças de publicidade através de jornais, revistas de turismo, revistas de esportes náuticos e *sites* de busca. Assim, intenta-se a construção de acervo que possibilite análise multitemporal dos elementos componentes das imagens fotográficas e dos discursos propagados sobre os balneários litorâneos em escala global, tratando assim de ambientes insulares latino americanos, zonas de praia internacionais e destinações brasileiras.

Daí em diante são abordadas outras formas de propagação das imagéticas e dos discursos sobre destinações turísticas, buscando compreender quais as representações e elementos mais alinhados ao ideal de paraíso terreal na modernidade, considerando os magazines de viagens como fruto de relatos da experiência turística de repórteres e fotógrafos. Em virtude de disponibilidade *online*, duração de tiragem, relevância no cenário nacional e internacional, foram levantados, através da busca restrita ao termo “paraíso”, matérias de três revistas diferentes, casos da *National Geographic Brasil* (30 matérias), da *Go Outside* (30 matérias) e *Qual Viagem* (62 matérias).

Nestas, foram verificados critérios como título das matérias, destinação em foco, tipo de ambiente e paisagem analisados, principais atrativos ressaltados durante as matérias e o ano de publicação, as quais tiveram 2008 como ano limite imposto pelo levantamento decrescente. Diante disto tornou-se possível verificar o perfil dos paraísos turísticos retratados pelos magazines de viagens, os principais atrativos e paisagens constatadas, não sendo objetivo deste levantamento especializar os dados.

Em seguida são abordados os conceitos referentes às tecnologias cibernéticas, às transformações na publicidade turística e dos produtos relacionados a partir do século XXI. Os influenciadores digitais, tidos como consumidores e produtores de conteúdo assumem papel fundamental neste processo e aqui justificam a abordagem sobre os conteúdos audiovisuais existentes no *streaming* de vídeos YouTube.

Foram inclusos neste levantamento, diante de critérios estabelecidos – amostra; *tags*; data; duração; visualizações; responsável pela postagem; destinos brasileiros; número de postagens; curtidas/descurtidas; inscritos no canal; três vídeos

por destino – 35 conteúdos em vídeo denotando o termo “paraíso”. Estes foram analisados levando em consideração os atrativos denotados, os discursos estabelecidos, as paisagens citadas como paradisíacas e os elementos de cada destinação, como acesso, condições naturais, segmentações turísticas e atrativos.

Ainda, como abordagem fundamental para a seleção dos recortes que embasaram os capítulos finais da tese, foram levantados dados de plataforma colaborativa, inseridos por folksonomia, a qual, segundo Sussai (2014):

[...] trata-se de uma atribuição livre de etiquetas feita pelos próprios usuários que utilizam das ferramentas/sites para organizar informações através de palavras-chave atribuídas a um objeto informacional. Assim, é o resultado de uma indexação do próprio usuário do recurso; objetiva a recuperação a *posteriori* da informação; é desenvolvida em um ambiente aberto que possibilita o compartilhamento e até, em alguns casos, a sua construção conjunta.

Assim, o conteúdo inserido no *Instagram* possibilita análises capazes de embasar inferências sobre dinâmica turística, segmentações, práticas marítimas e ambientes associados à ideia de paraíso moderno. As imagens fotográficas e vídeos podem ser utilizados como ferramentas de compreensão da realidade turística das destinações, expressando assim sentimentos dos usuários da plataforma em questão.

Através de amostra definida³ de 665 postagens, realizou-se levantamento quantitativo sobre a representatividade do litoral enquanto conceito moderno de paraíso turístico, mediante busca da *hashtag* “#paraíso” em ordem decrescente de itens, analisando assim a representatividade da imagem fotográfica da praia frente a outros ambientes, a representatividade dos paraísos litorâneos dentre as postagens de praias marcadas e a seleção dos recortes empíricos da pesquisa através do número de menções mais presentes na amostra.

Foram assim selecionados os balneários litorâneos de Jericoacoara (Jijoca de Jericoacoara/CE), Maragogi/AL, Morro de São Paulo (Cairu/BA), Pontal do Atalaia (Arraial do Cabo/RJ) e Bombinhas/SC. Componentes do *hall* de paragens descobertas pelos visitantes aloclétricos, citados destinos são então analisados mediante alguns critérios selecionados como fundamentais na construção da imagética e das formas urbanas que compõem os paraísos turísticos litorâneos.

³ Cálculo amostral realizado através do site <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>, com população total de 1,4 milhão de postagens, 99% de confiança e 5% de margem de erro.

Com o objetivo de identificar os arranjos espaciais produzidos em virtude da turistificação destas localidades enquanto próximas às características do paraíso litorâneo, a tese se apoia em fontes importantes de informações sobre os recortes empíricos da pesquisa, como os estudos de caso, relatos históricos, revistas de turismo, jornais de alcance local e regional, sites de turismo e estudos realizados por consultorias.

O referencial teórico composto por estudos de caso é fundamental no resgate histórico da formação dos balneários turísticos selecionados. Posto as pesquisas de escalas locais e regionais já terem realizado prévias descrições sobre os objetos de estudo e processos relacionados, em muito contribuem para que a tese se aprofunde nas dinâmicas mais atuais dos recortes empíricos de Jericoacoara, Maragogi, Morro de São Paulo, Pontal do Atalaia e Bombinhas.

Somam-se a isto os relatos históricos, notícias e outros recursos capazes de fornecer maiores informações sobre a história dos lugares enquanto pontos nas redes urbanas e turísticas dos respectivos estados e regiões. Através do estudo de dados secundários coletados por instituições públicas e privadas, os indicadores sociais, econômicos, ambientais e políticos auxiliam na identificação das relações socioespaciais vigentes nos paraísos turísticos litorâneos brasileiros.

Assim, é fundamental verificar as ações implementadas por políticas de urbanização, por planejamento turístico e ações ligadas às esferas econômicas e ambientais dos Estados e municípios selecionados, permitindo compreender a espacialização do turismo e as relações com a morfologia urbana, os vetores de urbanização, as condições logísticas, a patrimonialização natural, as dinâmicas de visitação e segmentações turísticas no litoral brasileiro e, mais especificamente, nos recortes empíricos em questão.

Mencionadas informações foram obtidas mediante análises de dados secundários disponibilizados por órgãos e repartições governamentais, casos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Ministério do Turismo (MTUR), o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), através do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS) e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), as secretarias de turismo estaduais e as instituições que tratam da atividade no âmbito dos municípios.

Almejando a compreensão das relações entre o conceito de paraísos litorâneos e as ações de planejamento territorial, foram analisados dados e informações referentes aos discursos pautados pelas políticas públicas e a produção do espaço turístico nas destinações pesquisadas. Desta feita, tornou-se possível estabelecer discussão concernente sobre o que se entende por edênico turístico, suas características fundantes – conforme estabelecido anteriormente – e em que níveis se associam estes imaginários turísticos e as ações de planejamento. É importante ainda ressaltar que cabe certo nível de análise quanto à relação entre imagética turística e políticas públicas, verificando se é uma relação de reificação da aura paradisíaca frente às ações implementadas.

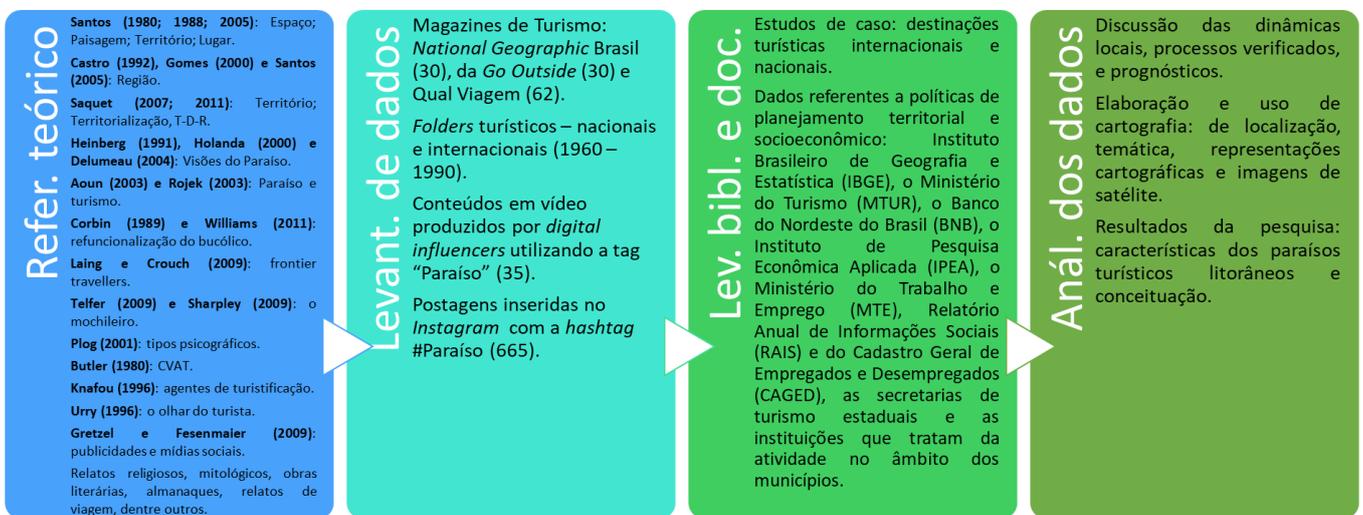
São analisados assim, buscando compreender o contexto dos residentes e classes trabalhadoras nestas destinações – e os desdobramentos do paradisíaco litorâneo para estes agentes, – dados referentes ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dos municípios em questão, Produtos Internos Brutos (PIB) dos municípios e participação do setor de serviços, investimentos e ações de planejamento turístico e urbano por década de aplicação, dados de tempo de permanência em postos de trabalho e valores médios de remuneração nas Atividades Características do Turismo (ACT) e informações sobre impactos e conflitos socioambientais.

Em virtude da pandemia de COVID-19, as visitas aos recortes selecionados não se tornaram possíveis, tornando ainda mais importantes as análises realizadas junto aos dados primários, secundários, estudos de caso, documentos oficiais e notícias. Desta forma foi possível estabelecer quadro denotador das características dos imaginários turísticos sobre as localidades, a imagética produzida destas, as práticas e segmentações verificadas nas realidades em foco, as associações entre planejamento e imaginário turístico e os impactos do processo de turistificação nas realidades locais, sobretudo no que tange aos trabalhadores e residentes.

Vale lembrar que pelo mesmo motivo não se tornou possível realização de estágio de Doutorado Sanduíche em Natal/RN, previsto para o período entre agosto de 2020 e janeiro de 2021. Mencionada experiência teria sido de fundamental importância no que tange ao contato com outras realidades de pesquisa e, sobretudo, nas discussões interdisciplinares entre Geografia e Turismo.

Na busca por espacializar os balneários a serem estudados, recorreu-se à cartografia de localização, recurso que serve como base para a compreensão dos contextos regionais dos paraísos litorâneos e distância destes em relação às metrópoles mais das respectivas unidades federais. Da mesma forma, imagens de satélites, mapas temáticos e representações cartográficas permitem a compreensão de fenômenos como os aspectos naturais, vetores de urbanização e dinâmicas de uso e ocupação do solo nas destinações. O gráfico 1 denota as fases de pesquisa e respectivos materiais utilizados.

Gráfico 1 – materiais e métodos da pesquisa



Elaboração: CASTRO, 2021.

Referidas fases da pesquisa permitiram a constituição de tese que permite compreender os elementos existentes no processo de turistificação nos paraísos litorâneos brasileiros, considerando as multiescalaridades presentes em cada balneário selecionado, as disparidades regionais e as inter-relações diretas ou indiretas existentes, propiciando também a avaliação das possibilidades gestadas em decorrência da turistificação nestas destinações.

A Estrutura da Tese

A pesquisa aqui apresentada busca analisar o processo de criação, reprodução e influência das imagens turísticas nas dinâmicas dos paraísos litorâneos no Brasil e, portanto, pauta-se em discussões referentes às visões religiosas, apropriação destas por viajantes e pelo mercado turístico, propagação das imagens através dos meios de comunicação e as características dos paraísos litorâneos.

Assim, a redação se pautou na constituição desta *Introdução* e mais cinco capítulos intitulados de: 2. *A constituição do paraíso terreal*; 3. *Sacralização do litoral: uma construção social*; 4. *O paraíso virtual: imagens turísticas na era digital*; 5. *Ao som do mar e à luz do céu: características do paraíso turístico no Brasil*; 6. *Conclusões*.

No segundo capítulo, “*A constituição do paraíso terreal*”, são discutidas as bases históricas do conceito de paraíso, compreendendo as visões de diferentes religiões, crenças e grupos culturais na formação das representações do edênico. Ainda, são realizadas análises quanto à aproximação entre paraíso e o imaginário do mar enquanto elemento denotador do medo nas sociedades antigas e o processo de transformação destes significados sob influência de abordagens diversas.

Intitulado como “*Sacralização do litoral: uma construção social*”, o terceiro capítulo enfoca nos agentes responsáveis pela descoberta dos litorais distantes, notadamente compreendendo os respectivos perfis destes, os tipos de destinação que atraem estes fluxos de visitantes e as imagens propagadas mediante suas práticas marítimas.

No tópico seguinte, são verificados os discursos e imagéticas associadas à construção das imagens turísticas dos paraísos litorâneos, analisando materiais publicitários, discursos mercadológicos e a transformação destas destinações em produtos a serem apropriados.

O quarto capítulo traz o título de “*O paraíso virtual: imagens turísticas na era digital*” e busca compreender a leitura dos magazines de viagens, dos influenciadores digitais e dos turistas usuários de redes sociais em relação às representações de paraísos na modernidade.

Apropriando-se de matérias de revistas de turismo, conteúdos em vídeos do *YouTube* e publicações em fotos e vídeos do *Instagram*, são empreendidas discussões quanto à importância do litoral como espacialidade detentora de símbolos e elementos mais facilmente associáveis ao paraíso mítico. Assim sendo, cabe verificar os principais elementos e atrativos existentes nestas paragens, assim como quais são os paraísos litorâneos mais representados nestas plataformas.

O quinto capítulo, intitulado de “*Ao som do mar e à luz do céu: características do paraíso turístico no Brasil*”, discute as dinâmicas específicas dos

paraísos litorâneos de Jericoacoara, Maragogi, Morro de São Paulo, Pontal do Atalaia e Bombinhas, ressaltando os processos de formação destes, as dinâmicas turísticas, os elementos definidores da paisagem e das experiências turísticas.

No sexto capítulo, “Virtualidade e materialidade dos paraísos turísticos”, são abordadas as imagéticas concernentes a cada uma das destinações em foco e suas associações com a materialidade imposta pela turistificação, ao passo em que ao final deste são analisados os aspectos do planejamento e as transformações socioespaciais implementadas por tais ações, verificando a funcionalidade e nível de impacto das políticas de turismo em espaços que foram dinamizados décadas antes do advento do planejamento setorial.

É assim elaborada conceituação referente aos paraísos turísticos litorâneos, não mais como elementos de discussões religiosas, sociológicas e turísticas, mas como forma espacial componente do processo de urbanização litorânea.

2 A CONSTITUIÇÃO DO PARAÍSO TERREAL

“O caminho ao paraíso começa no inferno.”

Dante Alighieri

Ao tratar do termo “paraíso”, é muito comum que este seja utilizado com intuito de fazer clara ou sucinta referência às imagens do Éden cristão, dos gregos Campos Elíseos e Ilhas Afortunadas. Não é de se admirar a quantidade de usos deste termo e as funções imagética e culturais que esta aciona.

E isto acontece em virtude da quantidade de valores e signos que as ideias e concepções de paraíso carregam até a atualidade. O paraíso é, diante disto, um símbolo que possui valor em virtude da quantidade de signos aos quais se refere e são poucas as simbologias que conseguem possuir tantos contribuintes históricos e tanta predominância na atualidade.

Desde as primeiras interpretações humanas de mundo e dos fenômenos naturais, sobretudo em manifestações escritas, orais e artísticas, sempre estiveram presentes no imaginário social diferentes leituras do paradisiaco, das ações e feitos que conduziam a este e das benesses e destinos reservados às almas dignas de salvação.

Aoun (2003), ao abordar a evolução destas interpretações sobre o paraíso nas diferentes religiões, ressalta que as imagens e descrições relatadas são fundamentais para compreensão daquilo que é considerado paradisiaco na atualidade, seja nos âmbitos das diferentes religiões ou na criação de imagética e discursos turísticos.

É necessário entender também que, de acordo com Dantas (2011), os signos apresentados pelas zonas de praia e as práticas associadas a esta parcela do espaço não resultam apenas de justaposições dos significados e práticas de outrora. Há, desta forma, sucessivas assimilações dos signos do paradisiaco ao longo da história religiosa, o que possivelmente conforma a noção de edênico socialmente difundida na atualidade.

Ao passo em que, nas leituras religiosas, há recorrência de menções aos locais de salvação criados por diferentes divindades, o qual receptaria as almas

dignas⁴, a abordagem moderna do termo denota a existência de locais dotados de beleza cênica intocada e associados ao isolamento, com a ideia de agraciamento com a possibilidade de visitá-los.

O percurso da busca humana pelo paradisíaco, concomitantemente sacralizado e profanado, é objeto da análise de Delumeau (2004) ao estabelecer as principais obras que evocam a existência do espaço edênico.

Ao ressaltar as principais representações do paraíso na escrita, na pintura, na arquitetura e na música, o autor possibilita levantamento das características comuns às diferentes ideias sobre o paradisíaco e das possibilidades de localização deste na terra, objeto de inúmeras conjecturas e expedições.

Outra importante contribuição sobre a paisagem turística é a de Rojek (2003), que a define como locais com presença de características naturais, históricas e culturais excepcionais, destoando dos locais cotidianos. Assim sendo, são atrativas aos fluxos de visitantes desejosos por conhecer referidas paisagens.

Estas oposições ao ordinário são culturalmente construídas e apresentam-se notadamente ligadas à religiosidade, como o Cristo Redentor e o Taj Mahal, vinculadas à territorialidades, como a Estátua da Liberdade e a Torre Eiffel, e apresentadas por patrimônios naturais, como o Grand Canyon e as zonas de praia pouco ou nada urbanizadas.

Mencionadas definições são os objetos de análise que auxiliam na compreensão das diferentes concepções de paraíso sob o enfoque religioso e características assimiladas até o período atual. Assim, parte-se aqui na busca por verificar a (des)construção histórica do imaginário do paraíso, configurando o imaginário social das diferentes civilizações e grupos étnicos.

2.1 Abordagens e concepções sobre o edênico

A análise sobre a conceituação do termo "paraíso" deve percorrer enfoques diversos, os quais devem ter referências iniciais nas escritas e representações estabelecidas e revisitadas ao longo das eras, notadamente o caso das leituras religiosas.

⁴ As leituras religiosas sobre o paraíso associam mencionadas almas merecedoras às glórias alcançadas por guerreiros, religiosos, mulheres virgens, animais e viajantes.

Mencionados referenciais são constatados nos registros e relatos que floresceram na Crescente Fértil, na literatura proveniente da Antiguidade Clássica, na reprodução dos escritos ligados ao Cristianismo, nas interpretações medievais, nas mitologias criadas pela literatura moderna e, a ser abordado com maior ênfase nos capítulos seguintes, nos discursos elaborados pelas mídias e agentes relacionados às viagens e atividade turística.

Neste momento serão abordadas as concepções existentes até as produções literárias modernas sobre a existência do local edênico, sobretudo posto este recorte temporal compreender o enfoque de parte dos autores que se debruçaram sobre o tema anteriormente.

Ao verificar o Dicionário Priberam (2018) sobre o termo, têm-se as seguintes definições:

- 1 - No Antigo Testamento, lugar de delícias, onde Deus colocou Adão e Eva; éden.
- 2 - Céu, morada dos bem-aventurados.
- 3 - Bancadas junto ao teto (nos teatros).
- 4 - Qualquer sítio ou lugar apazível ou outra coisa deliciosa.

As conceituações acima expostas se constituem como importantes indicadores sobre as abordagens há muito realizadas do termo. Notadamente, as visões religiosas têm grande influência sobre o entendimento do que pode ser considerado paradisíaco na modernidade.

A existência do Jardim do Éden e de outros mitos constituídos para receber as almas absolvidas de pecados ainda surte efeito na contemporaneidade, sobretudo no que tange à ideia de ambiência capaz de excluir os problemas da vida mundana. Mas esta concepção cristã somente passa a existir após as contribuições de religiões mais antigas.

Aoun (2003), após levantamento das visões mesopotâmicas e helênicas do paraíso, contribui com indícios sobre a constituição da imagem paradisíaca moderna. Para a autora, o mito do paraíso trata-se inicialmente de um verdadeiro amálgama de culturas e religiões da Antiguidade que, apesar de partirem de diferentes fontes e concepções de mundo, em determinados momentos históricos fragmentam-se, unem-se e são difundidos mutuamente.

Assim, os primeiros registros sobre o Éden datam de, aproximadamente, 4.000 a.C. (HEINBERG, 1991). Segundo o autor, em relação à civilização suméria, a menção mais antiga registrada sobre o jardim edênico se refere à existência terra mágica de *Dilmun*, localizada no oriente. Quanto às descrições do local, são claras as ideias da criação pelo deus *Enki*, a harmonia entre os animais, a inexistência de pecado ou de outros males⁵. O mito de *Dilmun* ainda foi apropriado pelos babilônicos, os quais ratificavam a existência da paz e da imortalidade entre os frequentadores (HEINBERG, 1991).

Outro mito ressaltado é proveniente do *Avestá*⁶, o qual trazia o termo *Pairi-daeza*, que definia um jardim cercado. O protótipo destes jardins pertencia à *Yima*, soberano persa que reinou por mil anos, sendo o jardim chamado de *Airyana Vaejo*, localizado numa montanha mítica de clima suave e repleta de árvores mágicas (AOUN, 2003).

Segundo Heinberg (1991), *Yima* concedeu imortalidade a feras e homens, e no jardim situavam-se a fonte da vida e a árvore da vida, não havendo doenças, velhice ou morte. Com o aparecimento de *Ahriman*, o mal na mitologia persa, o jardim *Airyana Vaejo* foi atingido por um inverno sem precedentes, sendo coberto por neve e gelo.

Uma terceira tradição importante na conformação do paraíso ocidental é concernente à civilização egípcia. Apesar de não apresentar um recorte específico para as realizações divinas, na Era de Rá, chamada de *Tep Zepi*, não se conhecia morte, doença, fome ou qualquer desastre (AOUN, 2003). Infere Heinberg (1991) que no tempo dos deuses primevos havia abundância e todos viviam alimentados, não havendo um espinho que machucasse, um animal que atacasse ou alguma desigualdade entre os homens.

Antes de adentrar a leitura hebraica, é necessária análise das abordagens clássicas sobre o tema. Hesíodo (2012), ao abordar a existência da Idade do Ouro, ainda no século VIII a.C., ressalta a criação da raça de homens constituída à imagem e semelhança dos deuses, sem tristezas e sem esforços. Esta raça de ouro descendia

⁵ Em Heinberg (1991), fica clara a ideia de que a mencionada terra havia sido criada para a morada dos deuses na "terra dos vivos", mas em raríssimas ocasiões, alguns humanos conseguiriam ascender a tal condição.

⁶ Conjunto de livros sagrados da religião persa, o Zoroastrismo.

diretamente dos deuses do Olimpo e possuía a seu dispor os bens necessários à vida, repartindo somente os trabalhos e tarefas de coleta e repartição. O poeta ressalta ainda a existência de outras raças menos capazes, casos das raças de prata, de bronze, dos heróis e de ferro.

Cabe aqui observação sobre a primeira menção ao paraíso próximo às costas litorâneas: as Ilhas Afortunadas. Citadas ínsulas, segundo Hesíodo (2012), acomodavam os Elíseos nos oceanos do ocidente, local de descanso eterno dos heróis mortos em batalhas. Infere Holanda (2000) que as Afortunadas seriam as ilhas a oeste do Estreito de Gibraltar, logo identificando as Canárias.

A representação dos Elíseos seria ainda mais presente ao longo da mitologia grega. Segundo Brandão (1986), o reino de *Hades* estava dividido em três (3) áreas: o Tártaro, o Érebo e os Campos Elíseos. Mencionado *Além* tinha, inclusive, localização terrena, situando-se no Cabo Tênaros.

Apesar da análise aprofundada sobre as três regiões destinadas às almas, cabe aqui ressaltar as características dos Campos Elíseos. Enquanto o Tártaro recebia almas de criminosos, assassinos, adúlteros, incestuosos e traidores, o Érebo recebe almas dos prematuros, das vítimas de falsos julgamentos e dos suicidas por amor (BRANDÃO, 1986). Já os Elíseos, considerado o paraíso terrestre, torna-se o lugar das almas dignas de glórias, com campos onde corre constante brisa que refresca durante banquetes e faz com que as almas entoem cantos alegres nos bosques perfumados.

Como último aprofundamento sobre as imagens religiosas do paraíso, cabe análise daquela que viria a se tornar a mais difundida ao longo da história, o Éden cristão. Mencionada representação, popularizada ao longo da história do cristianismo, é caracterizada da seguinte forma (BÍBLIA, 1993, p. 15):

Javé Deus plantou um jardim em Éden, no Oriente, e aí colocou o homem que havia modelado. Javé Deus fez brotar do solo todas as espécies de árvores formosas de ver e boas de comer. Além disso, colocou a árvore da vida no meio do jardim, e também a árvore do conhecimento do bem e do mal. Um rio saía de Éden para regar o jardim, e de lá se dividia em quatro braços. O primeiro chama-se Fison: é aquele que rodeia a terra de Hévilá, onde existe ouro; e o ouro dessa terra é puro, e nela se encontram também o bdélio e a pedra de ônix. O segundo rio chama-se Geon: ele rodeia a terra de Cuch. O terceiro rio chama-se Tigre e corre pelo oriente da Assíria. O quarto rio é o Eufrates. Javé Deus tomou o homem e colocou no jardim do Éden, para que cultivasse e guardasse.

A passagem contida no texto bíblico resgata a ideia do jardim cercado, onde não existe o pecado, a morte, a fome e a inveja. Ainda, cabe ressaltar a recorrente ideia da árvore da vida, capaz de evitar a morte dos ocupantes do local. Outro elemento comum às interpretações é a existência da fonte da vida, que, mesmo quando não citadas abertamente, está presente na representação do rio Nilo para a sociedade egípcia, ou dos rios Tigres e Eufrates para as civilizações da Crescente Fértil.

Pode-se afirmar então que existem inúmeras associações entre as diversas interpretações do paraíso ao longo da história, as quais, apesar de partirem de diferentes narrativas, convergem para a mesma ideia de local criado por alguma divindade para receber indivíduos ou almas escolhidos ou merecedores de certas graças eternas.

Não estranhamente os mesmos elementos e as ideias gerais que os unem são recorrentes em inúmeras outras crenças que, se contadas sem os referenciais religiosos, sociais e espaciais característicos, podem ser facilmente confundidas com os relatos do Gênesis Bíblico. É o caso, por exemplo, da crença taitiana sobre o primeiro casal.

Criado da terra vermelha pelo deus Taaroa, o primeiro homem teve um dos ossos retirado para criação da mulher, dando assim origem à humanidade. Cita Frazer (1918) que, apesar de parecer apenas uma repetição do relato bíblico, mencionada crença data das primeiras expedições à ilha, não sendo assim fruto de interlocuções com a crença europeia. Ainda, ressalta que em outras partes da Polinésia, a representação se mantém.

Heinberg (1991, p. 84) lembra que:

Kwen-lun, a montanha paradisíaca dos chineses, possuía, igualmente, uma fonte central da qual fluíam, "em direções opostas, os quatro grandes rios do mundo". A Edda escandinava refere-se a quatro rios que correm da fonte Hvergelmir, na terra dos deuses; e os calmuques siberianos lembram-se de quatro rios que emanam do Mar da Vida central primordial e demandam os quatro pontos da bússola. A tradição hindu também repete a imagem: de acordo com a Vishnu Purana, o Paraíso de Brahma é o sítio do qual correm quatro rios mágicos nas quatro direções.

Outras semelhanças são encontradas junto às crenças dos povos zulus do sul da África, dos *wakuluwes* de Moçambique, dos caraíbas venezuelanos, das

populações tradicionais da Guiana, dos índios *omahas* nos Estados Unidos e dos malgaxes de Madagascar, apenas para citar algumas das aproximações ressaltadas por Heinberg (1991).

De acordo com um dos clãs zulu, os antepassados foram um homem e uma mulher descidos do céu até um morro. Os *wakuluwes*, que vivem no sudeste africano, partilham a ideia do primeiro casal, o qual teria dado luz à sua prole com parte de seus corpos. Os caraíbas venezuelanos citam a descida de *Louquo* dos céus, vivendo este na terra e tendo muitos filhos, retorna aos céus e aguarda a volta de seus descendentes após a morte (HEINBERG, 1991).

Na Guiana os índios *warau* relatam que o caçador *Okonorote*, que vivia acima do céu, disparou uma flecha e que esta se perdeu. Ao procurá-la, encontrou o buraco que mostrava a terra, repleta de florestas e savanas com caças. Desceu à terra por meio de uma corda de algodão e relatou sua experiência aos *warau*, que o seguiram, mas não puderam retornar pois uma mulher entalou no buraco.

Os índios *omahas* acreditavam que todas as coisas existiam na mente de *Wakonda*. Todas as criaturas vagavam entre a terra e os céus, buscando onde poderiam existir corporalmente, até que uma grande rocha emergiu da água que encobria a terra. Os espíritos tornaram-se carne e alimentaram-se de sementes e frutos, vibrando em gratidão à *Wakonda*. Da mesma forma, os malgaxes ressaltam que as pessoas desceram dos céus após uma eternidade ao lado de Deus (HEINBERG, 1991).

E aqui poderiam ser ressaltados inúmeros outros mitos e representações ocidentais e orientais, apenas para reafirmar os elementos comuns que remetem à existência de localização capaz de suprir as necessidades humanas ao passo que refuta todos os possíveis males existentes.

Há assim algumas características comuns às descrições e relatos sobre a existência do paradisíaco: a ideia de espaço amplo, dotado de beleza cênica excepcional, localizado em montanhas, praias, prados ou desertos, coberto por uma natureza quase intocada e com recursos abundantes disponíveis aos indivíduos dignos de frequentá-los.

Mencionados elementos, mesmo que combinados minimamente, tendem a constituir no imaginário popular o ideal de espaço a ser merecido por aqueles que

desejam conhecer e visitá-lo. Ainda, sobre a constituição e propagação da imagem do paraíso, afirma Heinberg (1991) que esta é atemporal, visto que os traços em comum estão nas oralidades e antigos escritos religiosos.

Desta forma, Heinberg (1991) entende que todas as subsequentes visões ocidentais de paraíso têm na Idade de Ouro grega e no mito edênico cristão os principais referenciais. São estes, notadamente, o jardim florestado, os campos de considerável vastidão e as praias assustadoramente desertas, os quais, formados por conjuntos de elementos compreensíveis, são perfeitamente plausíveis de existência no mundo real.

Esta associação de visões e elementos apreensíveis pela experiência humana é, segundo Holanda (2000), o cerne do ideário medieval sobre a suposta existência do paraíso terrestre, fazendo parecer que este é, a qualquer momento, fabricado (se apropriando de esperanças coletivas) para atender os desejos ou pelo menos minimizar as frustrações dos mortais diante dos riscos e percalços da vida mundana.

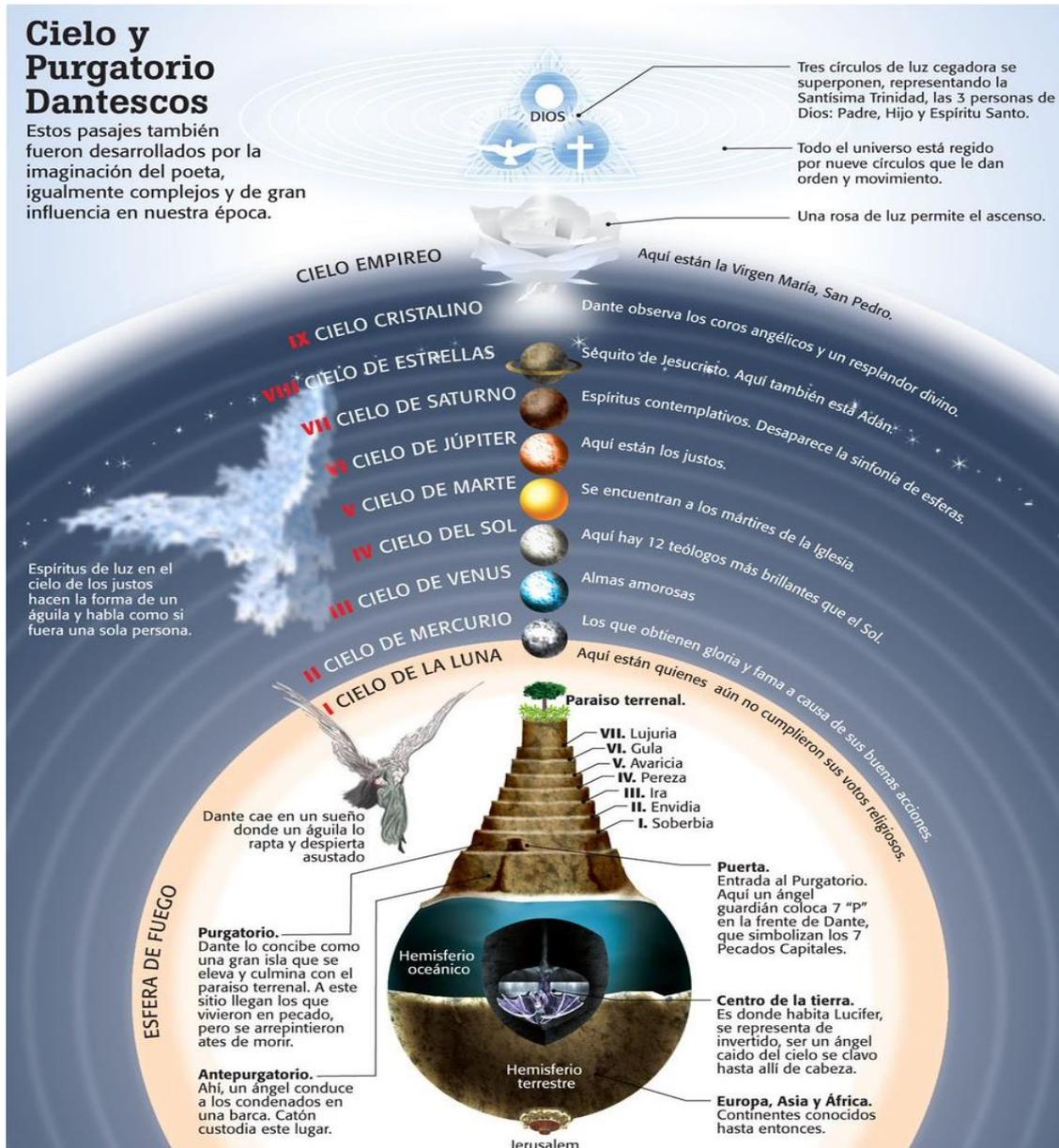
Ora, num contexto repleto de infortúnios naturais ou não, como os casos da Peste Negra, da Cisma Eclesial de 1378, da guerra dos Cem Anos entre França e Inglaterra, e da expansão do domínio turco-otomano por todo o norte da África, não era de surpreender o constante surgimento de pensamentos e relatos que referenciavam o fim do mundo, a morte certa ou a expectativa de alcançar o espaço sagrado (CARVALHO, 2006).

Exemplo disto são as representações que Delumeau (2004) ressalta como componentes da imagética paradisíaca na Idade Média. De acordo com o referido autor, a primeira destas é a realizada por Pseudo-Dênis, que sistematiza a organização do paraíso em três hierarquias que partem de Deus e terminam nos homens, havendo no meio desta a presença de anjos, querubins e serafins, todos em seus respectivos lugares.

Outra importante representação é a realizada do Dante Alighieri, em *A Divina Comédia*. Ao dividir inferno, purgatório e paraíso em diversos níveis, Alighieri busca deixar claro que todos os méritos e pecados classificam as almas a ocupar regiões específicas em cada um destes, havendo comunicações entre estas três

esferas (DELUMEAU, 2004). A figura 1 traz representação baseada na obra de Alighieri.

Figura 1 – céu e purgatório de Dante Alighieri.



Fonte: LECTURALIA, 2017.

Cabe ainda ressaltar que desde o Concílio de Trento, de acordo com Delumeau (2004), a Igreja Católica nunca chegou a concordar com representações terrenas e precisas do paraíso. Fato que passa a acontecer a partir do Renascimento e da inserção do Barroco, quando os santuários recebem grande quantidade de representações do céu cristão, com importância cada vez menor à criatura e cada vez maior ao Criador, à Trindade Santa, à Eucaristia, à Maria Santíssima, aos anjos e

santos. A figura 2 demonstra uma das representações compostas por Johann Jakob Zeiller.

Figura 2 – a expulsão de Lúcifer do céu por Johann Zeiller (1760), igreja beneditina de Ottobeuren.



Fonte: ALPIC.NET, 2017.

Delumeau (2004, p.154) ainda denota que:

Por mais belas que fossem, as evocações paradisíacas propostas pela arte cristã se apagaram e se desgastaram a partir do fim do século XVIII. Elas já tinham sido contestadas pelo protestantismo que desconfiava das imagens e que aconselhava a sobriedade na descrição do além. Lutero declarou: “assim como as crianças no corpo da sua mãe sabem pouco sobre o seu nascimento, nós sabemos pouco da vida eterna”.

O paraíso permanece, por seu estado ideal, intangivelmente localizado no passado, no futuro ou nos sonhos da humanidade, mas que esperançosamente caiu juntamente ao primeiro casal. Tal intangibilidade não impossibilita a procura constante deste, sendo os povos navegadores os precursores das viagens em busca do paradisíaco desde cerca de 800 a.C., desejo que se espalhou por todo o continente europeu (HOLANDA, 2000).

Tais expedições rumo ao desconhecido, sobretudo protagonizadas por gregos e fenícios, em muito estavam associadas à busca das Ilhas Afortunadas. E, não à toa, são constantes as correspondências às ilhas próximas às costas africanas e europeias. Citadas odisséias serão ressaltadas mais a frente, quando a pesquisa irá centrar-se na conquista do litoral.

Seis séculos antes de Cristo surge a teoria de que o Nilo seria tributário de um dos quatro rios do Éden, o *Gion*. Segundo Holanda (2000, p. 8), o nauta Eutimenes de Massilia, ao realizar o périplo africano, se depara à altura do Senegal com "bestas-feras em tudo semelhantes às que se encontram no Egito". Mencionada teoria se sustenta até o século XVI d.C., quando ainda são utilizadas referências entre os rios que emanam do paraíso e rios existentes na África e na Ásia, casos do Ganges, o Nilo, o Tigre e o Eufrates.

Tais relatos, apesar de não expressarem a busca pelo sagrado na Terra, denotam associações entre características comumente aceitas nas manifestações cristãs. Mencionada busca torna-se realidade a partir dos anos de 1500, quando as navegações europeias buscam novas paragens, a estas atribuindo características notáveis do paraíso. Sobre isto, diz Costa (2001, p. 117-118) que:

Viajantes e cronistas europeus manifestaram, através de registros escritos, contentamento e surpresa quando do achamento da nova terra. [...] Colombo, ao avistar as terras da América, julgou-se em um outro mundo, como se estivesse diante do verdadeiro Paraíso Terreal. Colombo localizara o Novo Mundo não só porque parecia, ignorado, até então, das gentes da Europa [...] mas porque parecia o mundo renovar-se ali, e regenerar-se, vestido de verde imutável, banhado numa perene primavera, alheio à veracidade e aos rigores das estações, como se estivesse verdadeiramente restituído à glória dos dias da Criação.

Mas Colombo não se refere somente à América quando trata dos referenciais edênicos. Ao descrever a contemplação do Haiti, este descreve que as árvores daquela ilha parecem tocar o céu, nunca perdendo as folhas. Sobre Cuba, o navegante descreve a presença de um povo repleto de amor ao próximo, sem maldade e apto ao trabalho. Assim não há melhor terra nem melhor povo, o qual anda desnudo, tem fala mansa e alegre (HOLANDA, 2001).

O monge irlandês São Brandão, em suas peregrinações, não cansa de buscar ilhas que, para serem alcançadas, suscitam inúmeros perigos para minimizar o contato dos mortais, como dragões e homens gigantes, brumas intransponíveis, muralhas rochosas. Tais paragens também têm inúmeras descrições de suposta ligação com o paraíso (HOLANDA, 2000).

A Ilha de Paulo, atual Ilha Bimini, é uma das localidades descritas como paraíso, a qual possuiria uma réplica subterrânea da fonte da juventude jorrando água proveniente do próprio Éden. Mesmo esta ilha estava infestada de feras, desertos e

enormes montanhas. Próxima à Flórida, local repleto de fontes minerais, a ilha dividiu com o sudeste americano as descrições sobre características paradisíacas existentes (HOLANDA, 2000).

Ainda em meados do século XVI, pelo menos seis expedições espanholas avançaram rumo à Amazônia colombiana em busca do mito do *Eldorado*, baseadas nos relatos sobre a tribo que se banhava de ouro numa lagoa e jogava pedras preciosas aos deuses. A remota possibilidade de existência de uma cidade repleta de pedras e metais preciosos suscitou, durante cerca de 500 anos, inúmeras explorações fracassadas (LANGER, 1997).

Também são constantes, nas expedições realizadas nas Américas portuguesa e espanhola, as menções às montanhas que brilhavam ao longe, à boa terra que multiplica tudo que é plantado, ao clima aprazível e à boa qualidade dos pastos existentes, não havendo quaisquer dúvidas de que tais paragens eram representações fidedignas do paraíso terreal (HOLANDA, 2000).

Tais visões são corroboradas por Las Casas (2011), que ao relatar sobre as características paradisíacas de países como o México, Honduras, Cuba, Guatemala e Colômbia, ressalta o quão destrutivo foi o processo de colonização portuguesa e espanhola nas Índias Ocidentais. Desta forma, afirma o autor que ao passo que os conquistadores chegaram, as populações de indígenas tornaram-se reflexos dos males que assolavam o continente europeu.

E mesmo as viagens e explorações que não se destinavam a encontrar o paraíso tinham como foco a conquista dos lugares santificados ao longo da história cristã. Infere Zierer (2002, p.154) que:

Durante todo o período feudal a visita aos locais santos foi vista como um meio eficaz para se obter a salvação. Três foram as principais rotas: Santiago, Jerusalém e Roma. Acreditava-se ser possível encontrar sinais materiais dos santos como pedaços do manto da Virgem, da Cruz de Cristo e outras relíquias. No caso da viagem a Santiago de Compostela, havia até mesmo grupos de peregrinos profissionais contratados para fazer o caminho em lugar de um morto ou enfermo para que este conseguisse alguma graça.

Diante da impossibilidade de alcançar o paraíso terreal, local capaz de reunir características que permitam a salvação daqueles dignos de alcançarem-no, evitando assim doenças, o envelhecimento, o excesso de labor e os conflitos entre os indivíduos, não é estranho que inúmeros *lócus* tenham galgado ao *status* de

santificados, como receptáculos de comportamentos e práticas capazes de garantir a chegada ao Éden no pós-morte.

Capazes de santificar indivíduos, certos eventos, diante da difícil explicabilidade científica, contribuem também para a beatificação de certos locais. Além dos casos ressaltados por Zierer (2002), são comuns as menções à virgem de Fátima, em Portugal, aos cultos realizados nas mesquitas de Meca e de Medina, ambas na Arábia Saudita, à estatueta da virgem de Aparecida do Norte/SP, no Brasil, e ao manto da virgem de Guadalupe, na cidade do México.

Assim, tais localidades passam a receber consideráveis fluxos de pessoas em busca de remissão dos pecados e, possivelmente, acesso ao paraíso no *post mortem*. Assim, apesar de não representarem o edênico na Terra, podem ser considerados como uma forma de acesso a este.

Pode-se afirmar então que a leitura religiosa sobre o edênico percorre caminho que inicia na existência de um paraíso inalcançável que, após a expulsão do primeiro casal, teoricamente poderia estar localizado na superfície terrestre. Mencionada suposição se constitui através não somente da interpretação da leitura cristã, mas também dos inúmeros escritos e relatos provenientes de outras religiões, culturas e crenças.

Ao passo que o paraíso era buscado através de representações humanamente compreensíveis, caso das mais diversas evocações artísticas, e pelos indivíduos convencidos de que este estaria materialmente representado em algum lugar da Terra, o próprio cristianismo ressalta que o jardim eterno é irrepresentável. Segundo Delumeau (2004, p. 155), ao ressaltar os escritos bíblicos e ensinamentos:

Jesus nunca o descreveu e São Paulo, na primeira epístola aos Coríntios, declarou que a sabedoria divina nos revelou "o que o olho não viu, o que a orelha não ouviu e o que não nasceu no coração do homem, tudo aquilo que Deus preparou para aqueles que o amam".

O Catecismo de João Paulo II declara do seu lado: "que está nos céus", esta expressão não significa um lugar, mas uma maneira de ser.

Delumeau (2004) ainda ressalta que a ideia de paraíso cristão, para além da representação descritiva do Jardim do Éden, está muito mais associada à remissão dos pecados cometidos em vida e na possibilidade de encontrar aqueles que morreram anteriormente. Sendo assim, o paraíso cristão nada mais é que a garantia

de que todas as necessidades que transformavam a vida mundana num inferno, sejam saciadas, como justiça, misericórdia, consolo.

Mas como o termo passou a ser utilizado para designar locais de grande beleza natural e, posteriormente, incorporado pela publicidade e pelos viajantes? Assim como nas diferentes leituras religiosas e pagãs, não há simplesmente uma mutação repentina dos significados. Há, de fato, contínuo processo de ressignificação que não nega as leituras anteriores, mas confere ainda maior polissemia ao termo.

Cabe, adiante, estabelecer discussão sobre a visão europeia em relação aos supostos paraísos terrenos, os símbolos associados aos espaços litorâneos e as importantes funções socioculturais conferidas às zonas de praia no ocidente.

2.2 As Ilhas Afortunadas: paraísos à beira mar

Não são poucos os casos onde o paraíso terreal se confunde, ou pode-se dizer, é descrito como ambiente insular, estando fortemente associado à presença do ambiente marinho. E isto muito se deve ao clássico mito das Ilhas Afortunadas, propagado, sobretudo, na Idade de Ouro grega.

Expostas por Hesíodo (2012), em 700 a.C., as Ilhas Afortunadas estão intimamente associadas ao mito das raças e, em especial, à raça de ouro. Citada anteriormente, tal raça era composta por heróis valorosos mortos em batalha, a exemplo daqueles que lutaram em Tebas⁷ e aqueles que se lançaram ao mar até Troia⁸.

Muitos dos soldados que lutaram tais conflitos sucumbiram, mas aos considerados dignos (HESÍODO, 2012, p.79):

[...] conferindo-lhes vida e moradia à parte dos humanos,
Zeus pai, filho de Crono, estabeleceu-os nos limites da terra.
E eles, o coração sem cuidados, habitam
as ilhas dos bem-aventurados, junto ao Oceano
de fundos redemoinhos,
afortunados heróis, para quem um fruto doce como o mel,
que floresce três vezes ao ano, a terra fecunda traz.

⁷ Referente ao mito grego de Édipo Rei, personagem que mata o pai por apaixonar-se pela mãe.

⁸ Referente à guerra de Troia, no atual território turco, que na mitologia grega foi ocasionada pela fuga de Helena, esposa do rei de Esparta.

Abrigando os Campos Elíseos e o Jardim das Hespérides, as Ilhas Afortunadas foram, ao longo do tempo e por intermédio de vários poetas, fontes de incontáveis representações do paradisíaco clássico, séculos antes do surgimento dos relatos sobre o Éden cristão. Espaço dos eleitos, não faltam escritos e relatos que definam diferentes arquipélagos próximos à Europa e às Américas como as Afortunadas.

Talvez a mais antiga destas seja a representação platônica da ilha de Atlântida, que data de 400 a.C. (PLATÃO, 2011). Localizada a oeste do estreito de Gibraltar, segundo o autor (PLATÃO, 2011, p. 230-231):

Do litoral até o centro da ilha estendia-se uma planície, da qual dizem que teria sido a mais bela e melhor de todas. Perto daquela planície, mas, em direção ao centro, a uma distância de cerca de 50 estádios, havia uma montanha, de vertentes planas em todos os lados. Naquela montanha residia um homem, primitivamente brotado do solo, de nome Euenor, em companhia de sua mulher, Leucipa; eles tiveram uma só filha, de nome Clito. [...] Posêidon enamorou-se dela e a ela se uniu. Ele separou, em todo o seu redor, a montanha, em cujo topo a moça morava, depois de tê-la firmemente cercado; para tanto, colocou em sua volta faixas pequenas e progressivamente maiores, de mar e de terra, duas de terra e três de água marinha, com a mesma distância entre uma e outra, em todos os pontos; destarte, a montanha, no centro da ilha, tornou-se inacessível às pessoas de fora, visto que, naquela época, ainda não havia navios, nem a navegação. Por sua vez, Posêidon instalou-se na ilha, situada no centro, com toda a facilidade de que dispunha em sua qualidade de deus, fazendo jorar da terra duas nascentes de água, uma fria, outra quente, e brotar alimentos suficientes e em grande variedade.

As constantes referências aos telhados e pisos revestidos em ouro, à existência de sereias montadas em cavalos marinhos e à governança de reis justos sob o comando de Poseidon, suscitararam inúmeras buscas pela cidade perdida no oceano. Mas sua localização logo permitiu a comparação as Ilhas Afortunadas de Hesíodo.

Com um oceano próximo particularmente rico em ilhas, não é de se estranhar a quantidade de relatos ligados à presença de ilhas míticas que, segundo Dantas (2009), em sua grande maioria poderiam ser classificadas como ilhas de prazeres.

Contudo, segundo Fonseca (1992), o maravilhoso não estava ligado especificamente ao mar, mas é o elemento marinho que representa um dos âmbitos espaciais onde o maravilhoso se localiza. Assim, o oceano se constitui como a única

via de chegada e, no imaginário influenciado pela religião e pelos relatos míticos e assustadores dos viajantes, a principal barreira à chegada ao paradisíaco teral.

Tais porções insulares variavam desde lugares bem dotados de aspectos e recursos naturais, populações receptivas, fartura de alimentos e prazeres, até características equiparáveis aos relatos sobre a existência do edênico terreal. E de outra maneira, poderiam existir também ilhas repletas de desgraças, infestadas por monstros e seus rituais, ou mesmo ilhas que reuniam características muito atrativas e muito assustadoras (DANTAS, 2009).

As mitologias e relatos estão repletos de exemplos sobre estas ínsulas e seus perigos. Sobre esta diversidade de visões míticas sobre as ilhas, ressalta Zierer (2002, p. 152):

Topos como as ilhas e a água tiveram significados importantes em várias culturas, representando muitas vezes o contato entre vivos e mortos, mundo dos deuses e dos humanos, como entre as populações célticas para quem as ilhas são o local por excelência dos deuses, o *Síd*.

A Ilha dos Ciclopes, presente na Odisseia, também possuía ovelhas que foram consumidas pelas tropas de Ulisses. A Ilha dos Demônios, localizada próxima à costa de *Newfoundland*, no Canadá, teria sido representada por Johann Ruysch com a inscrição " diz-se que quem chega de barco a estas ilhas em busca de peixes e outros alimentos, é enganado por demônios para que não possa desembarcar com segurança" (FOLCH, 2012, p. 42).

Outra importante paragem ressaltada por navegadores e exploradores era a Ilha Brasil. Citada pela primeira vez na mitologia irlandesa, mencionada ínsula estaria a oeste da Irlanda (FOLCH, 2012). Em 1572, Abraham Ortelius lança o mapa da Europa, contendo a tal ilha (figura 3). Sobre a busca por estas ilhas, afirma Folch (2012, p. 46) que:

En 1498 Pedro de Ayala, embajador de los Reyes Católicos ante la corte inglesa, informaba de que desde hacía siete años buscaban la isla navíos ingleses.

Tales expediciones pudieron de hecho iniciarse hacia 1480, en relación con la búsqueda de caladeros de bacalao. También hablaba de esas expediciones hacia 1498 John Day, un mercader inglés, en carta dirigida probablemente a Cristóbal Colón, donde afirmaba que los marinos de Bristol habían llegado a ella, situándola por tanto en el Atlántico Norte, próxima a Terranova y en relación con las expediciones de Juan Cabot.

Figura 3 – porção noroeste de O mapa da Europa, de Abraham Ortelius.



Fonte: WIKIMEDIA COMMONS, 2018.

Não cansaram os poetas latinos de descrever ilhas e arquipélagos que tivessem qualquer aproximação com os relatos realizados anteriormente. Ao focar na deidade dos ocupantes da porção insular, a Ilha-Paraíso de São Brandão, que data do século XV, segundo Tomás (2013), é um ótimo exemplo de associação com os relatos clássicos sobre as Ilhas Afortunadas.

Situada no oriente, a Ilha da Promissão se caracterizava por estar permanentemente coberta por névoa, não possuir noite e possuir um outono incessante, condição a qual permite que as árvores estejam constantemente com frutos. Na mencionada ilha não há fome ou tristezas, suscitando assim inúmeras expedições (TOMÁS, 2013).

Outro importante paralelo existente trazido por Tomás (2013) é o da Ilha das Sete Cidades, no qual sete bispos cristãos encontraram uma ilha após fugirem de ataque mouro, edificando sete cidades. Esta ínsula, após ser abandonada por um grupo de marinheiros portugueses, foi encoberta por brumas, desaparecendo no oceano.

A este podem ser adicionados os mitos da Ilha do Solstício e da já citada Ilha de Paulo (Bimini), guardiã da fonte da vida. Compreende-se assim que a busca pelo acesso ao paradisíaco foi muito além da convicção espiritual, havendo forte

ligação entre os relatos de viagens e as características ressaltadas sobre o paraíso terreal. Tal fato é corroborado por Perdigão (2017, p. 70-71):

Pela sua geografia e natureza singulares, os territórios insulares motivaram a criação do mito da ilha utópica, longínqua, que guarda um novo mundo paradisíaco oposto à realidade continental. A Ilha próxima e remota, território de um ir e voltar permanente, intimamente relacionada com o mar que abre e enclausura.

A ilha está sujeita a uma profunda ambivalência: à abertura e ao espaço confinado. O mito da ilha afortunada e da bem-aventurança está bem presente no imaginário dos poetas latinos, como uma terra nova, incontaminada, “(...) deixada de fora pelo próprio rei dos deuses que a preservou da degradação natural das idades do mundo” (Epodos, cit. por As Ilhas e a Mitologia, 1997: 20), território que guarda o sonho da felicidade e onde os recursos naturais se oferecem em abundância ao deleite do homem – oposto à banalidade do cotidiano continental.

O que une todos estes mitos é, inicialmente, a presença do elemento marítimo e o isolamento causado por este. Mencionadas características serão analisadas mais a frente, quando será necessário compreender a dicotomia entre o medo causado pelo mar e o fascínio surgente das praias.

Em suma, as viagens em busca das ilhas míticas se constituíam, como ressaltado por Holanda (2000), em navegações. Não havia outra forma de alcançá-las sem singrar os mares, mudando ao longo do tempo, os motivos das viagens. Se antes a salvação e a possibilidade de vida eterna eram as motivações, as chances de alcançar riquezas, recursos naturais abundantes e novos territórios passam a serem pautas dos descobrimentos.

Ainda, em diversos relatos, as descobertas europeias e asiáticas das ínsulas sagradas resultavam apenas nas aberturas de novos territórios a serem apropriado. Neste caso é notável o caso das Canárias, que desde a antiguidade era conhecida por gregos e romanos como Ilhas *Makaron* e Ilhas *Fortunatae*, respectivamente.

Ao ressaltar as características das Canárias, Silva (2006) denota a representatividade deste conjunto de ilhas como o imaginário mais fiel do paraíso terreal. Seria, segundo relatos, essa a ilha a receber os Elíseos e, conseqüentemente, as almas daqueles responsáveis pelos atos heroicos.

Baseado na visão do engenheiro militar Leonardo Torriani, Silva (2006) ressalta os erros e acertos dos referenciais sobre as supostas Ilhas Afortunadas. Entre

discussões sobre a quantidade de ilhas do arquipélago, os respectivos nomes, localizações e condições de ocupação, importa ressaltar que as condições climáticas, ambientais e demográficas das Canárias não deixavam dúvidas sobre a existência dos Campos Elíseos.

Chegava-se também a afirmar que os moradores das mencionadas ilhas chegavam a viver mais de 120 anos, alguns chegando a impressionantes 150 anos, quando aí conheciam as doenças. Ainda, havia na ilha certo tipo de árvore que destila água e a transforma em chuva, além da presença de gigantes e homens capazes ressuscitar pessoas (SILVA, 2006).

Holanda (2000, p. 187) resalta a chegada às Canárias:

Deodoro Sículo pretendia que naus púnicas, velejando ao longo do litoral africano, teriam sido impelidas certa vez pelos ventos até aquelas paragens desconhecidas, depois de errar dias seguidos por entre as ondas. Outra notícia, preservada por Aristóteles, precisa que os cartagineses, navegando para além das colunas de Hércules, chegaram a uma ilha desabitada, mas vestida de espessas florestas, cortadas de muitos rios e abundantes em frutos de vária espécie. Apartada, embora, muitos dias, do continente, não deixou, porém, de ser assiduamente frequentada por aqueles navegantes, e alguns, seduzidos pela feracidade de seu solo, ali se estabeleceram. Certo dia, porém, os sufetas de Cartago, temerosos da audácia de alguns conjurados, que se poderiam apoderar daquela terra e passar a constituir perigo para a república, não só proibiram, sob pena de morte, qualquer viagem à ilha distante, como a despovoaram, a fim de que dela não se viesse a ter ciência. Mais tarde, segundo testemunho de Plínio, fora dado a Juba localizar na mesma direção várias ilhas, e de uma consta que se chamava precisamente Canária, por causa dos muitos e imensos cães que nela se criavam, dois dos quais levaria consigo o nímida. Em outra ilha, à altura da Mauritânia, se bem que arredada das mais, chegaria Juba a estabelecer uma fábrica da substância corante conhecida sob o nome de púrpura getúlica.

Na ausência dos tais milagres, de forma semelhante ao que aconteceu com Ponce de León em sua busca pela fonte da juventude, nas Ilhas Bimini, cabia aos navegantes apenas as glórias pelas descobertas e, quando muito, a possibilidade de algum cargo administrativo naquelas paragens.

Tal racionalidade também ocorre após a chegada de João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira à Ilha de Porto Santo e, posteriormente, à Madeira, em meados do século XV. Na busca pelas afortunadas, encontram ínsula completamente tomada de árvores frutíferas gigantescas e diversos rios. No entanto, além das semelhanças naturais, não foi encontrada qualquer outra aproximação com o paraíso, o que

suscitou a queima da vegetação natural para a realização do cultivo de cana, trigo e parreiras (TOMÁS, 2013).

Ainda em busca pelo paraíso, recorrente motivação de suas explorações, Cristovão Colombo chega às Antilhas no final do século XV. Ao desembarcar no Haiti, o navegador verifica rios com vestígios de ouro, terras de fertilidade sem igual, passarinhos de inúmeras cores, árvores enormes repletas de frutos que jamais perdem as folhas (HOLANDA, 2000).

Marco Polo, em suas viagens pela Ásia, em especial à Ilha de Cipango, nome dado ao Japão durante a Baixa Idade Média, ressalta a existência de tesouros fabulosos naquelas paragens e teria ele, inclusive, uma namorada nipônica (PISA, 1993).

Não é incomum que as noções de delícias incomensuráveis e riquezas fantásticas caminhassem juntas, pois em praticamente todas as representações do mito paradisíaco haviam relatos da existência de ouro, prata e joias escondidas em meio à natureza fértil, repleta de espécies frutíferas, animais dóceis, plena disponibilidade de alimentos e água.

Mas estes elementos não estão restritos somente ao Éden, às Afortunadas ou aos Elíseos. Apesar de acreditar na existência material do Éden, Santo Isidoro de Sevilha cita que afortunados podem ser quaisquer sítios que possuem todos os recursos necessários à vida e conferem boa vida aos seus residentes.

Por inúmeros motivos localizações "afortunadas" foram associadas à ideia de paraíso, de busca necessária para salvação das almas, boa vida, boa morte, acumulação de riquezas, coleta de matérias primas e aquisição de benefícios junto aos governantes. Em suma, dentre os navegadores, apenas Cristóvão Colombo e Ponce de Leon efetivamente buscavam o paraíso quando encontraram o continente americano e as Ilhas Bimini, respectivamente.

O português Vasco da Gama, assim como o italiano John Cabot, estava em busca do caminho marítimo mais curto para acesso aos recursos das Índias. Enquanto o primeiro consegue seu objetivo, o segundo chega à América do Norte. Pedro Álvares Cabral tinha o mesmo plano quando atracou no Brasil e descreveu as riquezas naturais e a presença indígena (HALSALL, 1998).

Cabe ressaltar outros navegadores que, ao buscarem ao menos um dos elementos anteriormente citados, realizaram notáveis empresas à expansão europeia. Bartolomeu Dias, ao ultrapassar sem ver o Cabo das Tormentas, liga as civilizações europeia e asiática, possibilitando maior velocidade às trocas comerciais e às conquistas territoriais (BASTOS, 2012).

Da mesma forma, no início do século XVI e tomando a responsabilidade de confirmar os relatos de Colombo sobre suposta chegada à Ásia, Américo Vespúcio cita a nudez dos índios e suas práticas de antropofagia na costa americana. Este navegador resalta a existência de flora tão exuberante, que ele acredita estar nas cercanias do Éden. Tais fatos suscitam inúmeras representações xilográficas com base nos mitos do Éden bíblico e da Idade de Ouro grega (CHICANGANA-BAYONA, 2010).

Estes constantes paralelos com o edênico não se tratam apenas de busca exaustiva pelo paraíso terrenal, mas são frutos da existência de referenciais quase unissonantes: o bíblico e o clássico. Tudo o mais era quase desconhecido pela arte europeia. Assim, as representações em tela e papel das viagens, das chegadas dos navegadores e das populações tradicionais existentes sempre possuíam elementos divinos.

Há uma mescla entre as imagens suscitadas pelo mito bíblico e as paisagens continentais, sobretudo americanas e asiáticas, reveladas à cultura europeia. Pode-se afirmar que há importante modificação nas concepções sobre a existência do paraíso, cada vez mais distante da ideia de salvação da alma e mais próxima da salvação do corpo, através dos inomináveis prazeres usufruídos, dos tesouros adquiridos, das posses conseguidas e dos títulos decorrentes das descobertas.

Cria-se, de acordo com Bedim (2010), um paraíso tropicalizado a partir das grandes navegações. Este não se trata mais de uma paisagem europeia, fria, pautada na existência de cidades fortificadas e das doenças, mas sim de amenidades climáticas, solos férteis, vegetação abundante, rebanhos para alimentação, metais e pedras preciosos, rios caudalosos e, porque não, braços fortes para levar as empresas agrícolas europeias adiante.

Mas a ressignificação do paraíso terreal, apesar de se constituir através do mar, não se dava no mar. Em outras palavras, a abundância de bens e riquezas buscadas em terra firme perpassava pela ideia de mar tenebroso. E muito deste imaginário se tratava, de acordo com Fonseca (1992), da memória em relação ao mito do dilúvio.

Mencionado relato diluviano como elemento profilático dos pecados ressalta a ideia, levantada por Corbin (1989), do oceano como portador dos medos. Tais medos tomavam inúmeras formas e eram os relatos destes que conferiam ao mar o caráter de criação divina e capaz de imensa destruição (FONSECA, 1992).

Ao abordar os elementos propagadores do medo no ocidente, Delumeau (2009) inicia a discussão pelo mar. Segundo o autor, era no oceano onde a sociedade europeia do século XV encontrava os piores temores. E tais preocupações em relação ao elemento líquido não se tratavam apenas de desdobramentos de crenças propagadas, mas de acontecimentos históricos e reproduções artísticas destes.

O dilúvio inspirava medo pelo relato bíblico, ao ressaltar que toda água que certa vez cobriu a terra poderia retornar à superfície. Mas as invasões bárbaras ultramarinas, a assustadora propagação da Peste Negra, a maresia que impede certas culturas agrícolas, a ausência de ondas e vento para embarcações a vela também inspiravam terror nos europeus. Chegava-se ao ponto de, na Holanda das navegações, afirmar-se que pântanos são mais seguros que o mar (DELUMEAU, 2009).

Apesar de todos os avanços das técnicas de navegação, o mar permanece como uma grande massa desconhecida até a criação da navegação a vapor. Silva (2006), ao relatar as rotas constantemente navegadas por portugueses, espanhóis, ingleses e holandeses, ressalta não causar admiração o fato de que muitas ilhas permaneceram em total anonimato por séculos.

Assim, o mar representa, de acordo com Tomás (2013, p. 5):

[...] a expressão de sentimentos tão dicotômicos como são a serenidade e a raiva; a esperança e a angústia; a felicidade e a tristeza. O mar provoca igualmente o sentimento de medo ao evocar a imensidão, os poderes da natureza, da força cósmica e da glória divina. Os oceanos representam o perigo e a sedução: por um lado as tempestades e os monstros marinhos, por outro lado o sonho de riquezas exóticas, de terras desconhecidas, de liberdade.

Torna-se necessário compreender como se dá a mudança de concepção em relação ao marítimo, como a paisagem da praia deixa de ser palco da cólera divina e passa a representar uma dádiva disponível. Ainda, é importante discutir como o conceito de paraíso, anteriormente restrito à esfera religiosa e aos relatos sobre a mitologia do Atlântico, é apropriado pelos viajantes e quais os desdobramentos deste processo.

2.3 Do território do vazio ao paraíso litorâneo

Ao elaborar ensaio sobre o imaginário do ocidental em relação ao litoral, Alain Corbin (1989) é enfático ao dizer que até meados do século XVIII não há força mais assustadora que a do mar. Desta forma, a compreensão da modificação da visão ocidental sobre a praia perpassa pelo entendimento das raízes da repulsa pelo elemento líquido e os fenômenos associados a este.

O dilúvio bíblico é, sem dúvidas, o mote causador dos principais temores em relação às águas oceânicas. Ao fazer paralelo com a literatura das viagens, Corbin (1989) ressalta duas interpretações relativas ao mar como resquício da catástrofe diluviana.

A primeira delas ressalta que o dilúvio é, antes de tudo, o ato de punição pelos pecados cometidos pela humanidade até então. Mais que isso, os sons emitidos pelo mar nada mais são que os lamentos daqueles que se foram. Ao ressaltar esta primeira ideia, Corbin (1989) infere que o mar, em seus constantes movimentos e sons, está ali para lembrar a sociedade europeia que, ao menor sinal de desobediência, a cólera divina purgaria o pecado através das ondas.

No século XIII, os relatos de viagens à Terra Santa dão o tom da mudança do humor divino em diversas ocasiões (DELUMEAU, 2009). A caminho de Acre (Israel), o bispo Jacques de Vitry vê uma embarcação ser arrastada pelo vento em direção ao navio que ocupava, fazendo os ocupantes se arrependem de seus pecados. Importa ressaltar que, segundo o religioso, Deus teve piedade dos navegantes.

Algo parecido acontece com Luis IX e a rainha da França, que ao terem a embarcação atingida por ventos de um furacão no Chipre, exitosamente recorrem à piedade de São Nicolau em troca de algumas moedas de prata (DELUMEAU, 2009).

Tais casos se repetem pelos séculos XIV e XV, quando a tempestade em alto mar é mais assustadora que qualquer outro acontecimento em terra firme.

Uma segunda leitura, mais curiosa e dicotômica em relação à existência do paraíso terreal, é a de que os restos do dilúvio se tornaram a morada dos seres infernais. Não à toa, em muitos relatos, são necessárias oferendas para acalmar os demônios e as tormentas, permitindo a passagem das embarcações, mesmo com as visões de monstros habitantes do Atlântico (CORBIN, 1989).

Sobre as tentativas de apaziguar a fúria demoníaca do mar no século XVII, de acordo com Delumeau (2009), cansaram os marinheiros de sacrificar carneiros e utilizar esta carne para saciar o apetite das criaturas marinhas, o sangue para lavar os conveses e a pele para estender na proa das embarcações.

Com poucas variações, tal prática se dava porque o mar era visto como elemento marginal, incontrolável, profundo, desconhecido e lugar da perdição. Não à toa, o maior medo dos homens, segundo Homero e Virgílio, é perecer nas águas escuras do oceano, afundar sabendo que seus corpos dificilmente retornariam à terra natal.

Todo desconhecimento existente acerca do elemento líquido, suas inconstâncias e relatos tenebrosos, acabariam por causar a deturpação dos fatos ou mesmo a criação, ainda que notadamente psicológica e impossível de ser comprovada cientificamente, de inúmeros e assustadores monstros e criaturas marinhas. Sobre o caráter criador e, concomitantemente, destruidor do mar, Tomás (2013, p. 9) relata:

O mar é o símbolo da matriz universal, das águas primordiais, da origem de todas as coisas. Várias cosmogonias fazem referência ao mar cósmico ou à criação *ex nihilo* do mar. “No princípio era o caos, o abismo vasto e imenso, violento como um mar escuro, devastador, selvático” (Hamilton, 1983: 85). Na cosmogonia egípcia de Hermópolis, o oceano originário chama-se Nun. Trata-se, na realidade, mais de um conceito subjetivo do que de um deus objetivo. Nun é o líquido cósmico infinito que cria a vida e traz a morte, sem criador sobre o mundo. Para os egípcios Nun dormia como a água escura e parada. Ao acordar encontrou-se só, por isso criou a terra (o Egito) sendo o Nilo o rio divino e a fonte da vida. Também no hinduísmo Vixnu – princípio luminoso – dormia sobre as águas cósmicas entre as sucessivas criações. Este sono, de mil milhões de anos, permitiu o amadurecimento do deus e o despontar de um novo universo. Na cosmogonia dos Vedas da tradição bramânica, antes do “ser” e do “não-ser” existia um caos aquático e tenebroso. Em seguida

nasceu um embrião de vida desenvolvendo um calor espontâneo. Na obra da criação interveio um ovo de ouro produzido pelas águas da criação. Ao cabo de mil anos o ovo abriu-se e dele saiu Brama que, vendo a Terra mergulhada nas águas, se transformou em javali e a ergueu nas suas presas.

O mar representa assim o *lócus* da criação, do (re)nascimento, inclusive da humanidade pós-diluviana, ao passo que a visão religiosa de mundo perpassa pela existência de um ambiente aquático primordial. É então muito comum a associação entre o mar e a concretização da vontade de criação divina, na forma das criaturas ali depositadas.

Assim, os semideuses, titãs e monstros não são nada mais que desdobramentos de uma vontade maior e primeva. Como afirma Santo Isidoro de Sevilha (2017), provenientes da vontade do Criador, os monstros representam elementos da natureza, apesar de ser uma natureza praticamente desconhecida e assustadora.

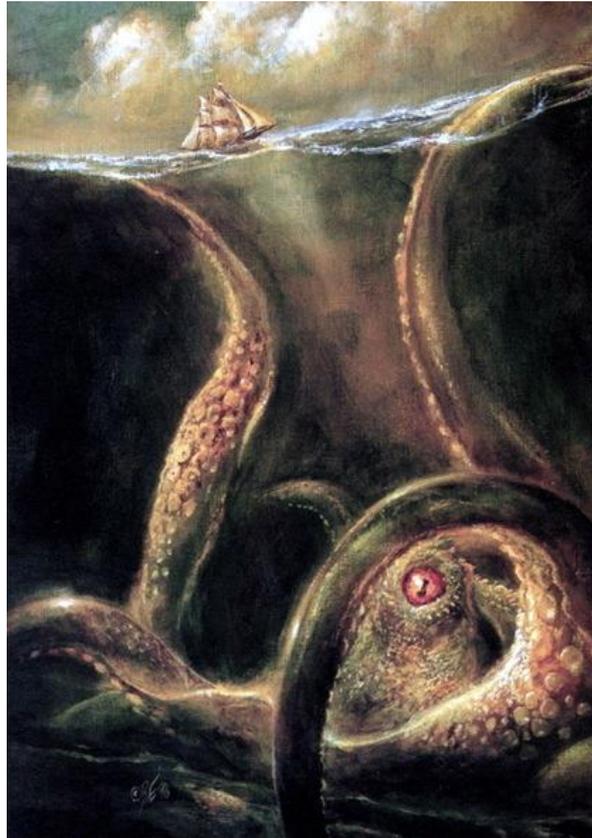
Paisagens distantes e pouco visíveis, montanhas e ilhas encobertas por brumas, inexplicáveis e repentinas tempestades em alto mar, espécies pouco conhecidas de peixes e cetáceos de grande porte, além de erupções vulcânicas submarinas eram o bastante para gerar terror e especulações nos membros das tripulações.

O *kraken*, polvo gigante com tentáculos capazes de destroçar embarcações inteiras, aparece muitas vezes nos relatos dos viajantes e escritores dos séculos XVIII e XIX (DELUMEAU, 2009). Mas a origem do monstro é ainda mais antiga, datando da mitologia nórdica, passando também pelas mitologias gregas, românicas e chegando à Idade Média.

Em ensaio sobre as características naturais da Noruega, Pontoppidan (1755) traz não somente o detalhamento dos comportamentos do *kraken*⁹, mas também outros seres capazes de preocupar os navegantes. São diversas referências a sereias de vozes hipnotizantes e tritões eloquentes capazes de profetizar tragédias às tripulações que tentassem captura-los. Uma representação do *kraken* na figura 4 é atribuída a Julio Verne.

⁹ Erich Pontoppidan, ao descrever o *kraken*, ressalta a grande quantidade de espinhos e tentáculos, além de seu tamanho simular uma pequena ilha. O autor ainda enfatiza que parte das grandes coisas existentes nos oceanos está escondida de nossos olhos.

Figura 4 – o *kraken* de Julio Verne, em 20 Mil Léguas Submarinas.



Fonte: *THE DIARY OF MAGNALUCIUS*, 2019.

Também são comuns os dizeres sobre serpentes marinhas a perseguir as embarcações que navegavam pelo mar do norte nos meses de julho e agosto. De acordo com Pontoppidan (1755), os relatos costumavam ser unânimes ao citar que estas criaturas teriam cerca de 180 metros de comprimento.

Ao longo do tempo a suposta existência de serpentes marinhas se confunde com a existência do monstro bíblico chamado de leviatã. Esta criatura, no Antigo Testamento, é descrita como possuidora de tamanho descomunal e muito forte, capaz de cuspir fogo e cuja carapaça de escamas parecia impossível de ser transpassada (TOMÁS, 2013).

Em Jó (41:1-26), fica clara o poder e o medo gerado pela criatura:

Veja! Diante dele, toda segurança é apenas ilusão, pois basta alguém vê-lo para ficar com medo. Ninguém é tão corajoso para provocá-lo. Quem poderia enfrentá-lo cara a cara? Quem jamais se atreveu a desafiá-lo, e saiu ileso? Ninguém debaixo de todo o céu. Não deixarei de descrever os membros dele, nem sua força incomparável. Quem abriu sua couraça e penetrou por sua dupla armadura? Quem abriu as duas portas de sua boca, rodeadas de dentes terríveis? Suas costas são fileiras de escudos, ligados com lacre de pedra; são tão unidos uns com os outros, que nem ar passa entre eles; cada um é tão ligado

com o outro, que ficam travados e não se podem separar. Seus espirros lançam faíscas, e seus olhos são como a cor rosa da aurora. De sua boca irrompem tochas acesas e saltam centelhas de fogo. De suas narinas jorra fumaça, como de caldeira acesa e fervente. Seu bafo queima como brasa, e sua boca lança chamas. Em seu pescoço reside a força, e diante dele dança o terror. Os músculos do seu corpo são compactos, são sólidos e imóveis. Seu coração é duro como rocha e sólido como pedra de moinho. Quando ele se ergue, os heróis tremem e fogem apavorados. A espada que o atinge não penetra, nem a lança, nem o dardo, nem o arpão. Para ele o ferro é como palha, e o bronze como madeira podre. A flecha não o afugenta, e as pedras da funda se transformam em palha para ele. A maça é para ele como estopa, e ele zomba dos dardos que assobiam. Seu ventre, coberto de escamas pontudas, é uma grade de ferro que se arrasta sobre o lodo. Ele faz ferver o fundo do mar como caldeira, e a água fumegar como vasilha quente cheia de unguentos. Atrás de si deixa uma esteira brilhante, e a água parece cabeleira branca. Na terra ninguém se iguala a ele, pois foi criado para não ter medo. Ele se confronta com os seres mais altivos, e é o rei das feras soberbas.

Ainda no século XIII, o leviatã é mostrado, em gravura do *Liber Floridus* de Lambert de Saint-Omer, como montaria do anticristo, na figura 5.

Figura 5 – Anticristo sobre o leviatã.

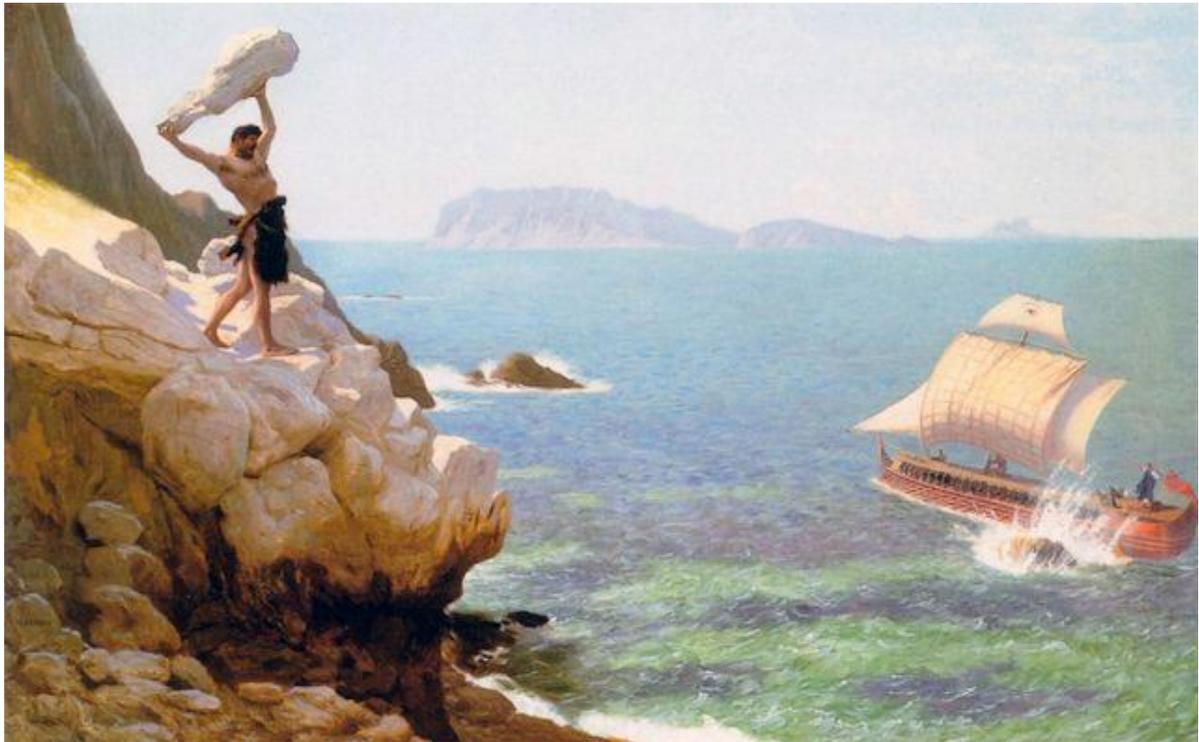


Fonte: *LIBER FLORIDUS*, 1120.

Na Odisseia homérica (1997), três criaturas causam medo aos navegantes e ultrapassam os limites das páginas do poema. A primeira destas é o filho de Poseidon, o ciclope Polifemo. Responsável por devorar vários soldados do rei Ulisses no retorno de Tróia, a criatura teve o único olho furado pelos navegantes, que fugiram da Ilha dos Ciclopes sob os gritos de Polifemo.

Apesar da ameaça da criatura restringir-se ao à junção entre os ambientes terrestre e aquático, o parentesco de Polifemo com Poseidon causa à embarcação do rei Ulisses inúmeros percalços, como maremotos, impactos com rochas e outros encontros com monstros marinhos (HOMERO, 1997). A figura 6 ressalta a fuga de Ulisses da ilha dos ciclopes.

Figura 6 – Polifemo lança rochas na tentativa de atingir o barco de Ulisses.



Fonte: OCULTO.EU, 2015.

Mas o ciclope não era a única criatura assustadora que possuía parentesco com Poseidon. Os mitos sobre a existência dos monstros Cila e Caríbdis, próximos a costa da Calábria, causavam medo a qualquer tripulação que necessitasse ultrapassar o Estreito de Messina.

A ninfa Cila, envenenada pela feiticeira Circe, se tornou um monstro cativo das encostas do estreito, possuindo doze pés disformes e seis cabeças que latiam. Caríbdis, turbilhão colossal e filha de Poseidon, engolia navios inteiros que se

afastavam das encostas rochosas e, após a morte de toda a tripulação, expelia os restos das embarcações (TOMÁS, 2013).

Estes relatos, de acordo com Folch (2012), expostos desde a Odisseia homérica, faziam com que a travessia do estreito causasse verdadeiros arrepios. Portanto era necessária aptidão para que as embarcações não passassem muito próximas das encostas, evitando assim serem atacadas por Cila, nem muito próximas da sucção de Caríbdis, ambas na figura 7.

Figura 7 – Cila atacando o navio de Ulisses enquanto Caríbdis tenta tragá-lo, pintura de Roger Payne.



Fonte: BOOKPALACE, 2019.

A este escarpate de monstruosidades marinhas podem ser somadas outras espécies menos conhecidas e não menos assustadoras. Duzer (2013), ao abordar a presença de tais criaturas nos mapas medievais e da renascença, denota a quantidade existente na famosa *Carta Marina* de Olaus Magnus.

Criada em 1539, a representação demonstra misto de suposições e informações de livros sobre a existência de criaturas nos mares escandinavos. No mesmo documento são representadas baleias com porte de ilhas, serpentes marinhas atacando navios, *ziphius*¹⁰, porcos com escamas e nadadeiras, além de lagostas

¹⁰ Baleia com cabeça semelhante a uma coruja, capaz de engolir mamíferos menores como focas e seres humanos.

enormes com pinças capazes de capturar humanos (DUZER, 2013). A figura 8 resalta parte do mapa de Magnus.

Figura 8 – Carta Marina de Olaus Magnus de 1539.



Fonte: FLICKR, 2013.

Apesar de estarem presentes em diversas mitologias, sob modificações muito tênues, mencionadas criaturas não eram tão diversificadas quanto se pensa. As

serpentes marinhas podem ser tratadas como peixes-remo¹¹, confundindo-se com os mitos do leviatã, de Cila e de outras criaturas.

A existência do *kraken* tem, na descoberta das lulas colossais¹², um ponto de encerramento. A ideia de moluscos com tentáculos capazes de envolver grandes criaturas e mesmo seres humanos, juntamente ao imaginário fertilizado pelos relatos sobre o oceano fantástico, de acordo com Fonseca (1992), resulta em mitos que até hoje recebem diferentes representações.

Algumas espécies de baleias suscitaram, ao longo da antiguidade, a propagação de mitos como o *asphidochelone*. Surgida na Grécia antiga, possuía aparência de uma tartaruga gigante com o dorso repleto de musgos, simulando uma superfície insular. Ainda, o mito japonês do *isonade*, espécie de tubarão gigante com carapaça e cauda afiada, em muito se assemelha a espécies como o tubarão baleia ou o tubarão branco.

Sobre estas semelhanças em relação às características das criaturas marinhas nas diferentes mitologias, Fonseca (1992, p. 46-47) ressalta:

Na realidade, se o elenco das monstruosidades oceânicas não é muito variado, isso está relacionado com as permanentes metamorfoses a que estão sujeitos os monstros medievais; a sua monstruosidade está dotada, para utilizar uma expressão de Jean Céard, de extrema plasticidade. Finalmente, nem sempre é fácil determinar a localização geográfica das regiões onde os monstros vivem; parece que a Índia e a Etiópia são os locais mais frequentemente referidos, pelo que, na prática, e como consequência da indeterminação espacial destas regiões, os monstros apresentam, em ambos os lados, sensivelmente as mesmas características.

Assim, para além das características dos monstros, o que importa — e é constante — refere-se à crença na sua existência. O monstro está presente nos espíritos, com independência de que ele seja ou não pessoalmente observado pelo viajante ou navegador. Por exemplo, no século XIV, Frei Jordano de Severa afirmava categoricamente: "Em seguida direi desta Índia terceira, que em boa verdade eu não vi, e onde não fui, mas [transmito] o que ouvi digno de crédito, de muitas maravilhas; na verdade, há aí dragões em grande quantidade que têm na cabeça pedras luminosas".

¹¹ A BBC (2015) lançou matéria onde biólogos ressaltam a semelhança da espécie de peixe com os relatos das serpentes marinhas da Idade Média e Renascença. Até 1772 não haviam registros científicos da espécie.

¹² Algumas podem chegar a mais de 20 metros na idade adulta, sendo capazes de se prender a embarcações e deixar marcas de seus tentáculos em cetáceos de grande porte, como baleias cachalotes.

Nesta breve exposição de criaturas oceânicas, sobretudo aquelas de maior porte e que suscitam, até os dias atuais, novas representações, sequer foi necessário evidenciar (e nem o será) os inúmeros relatos sobre a existência de nereidas e ninfas, turbilhões nos mares nórdicos, espíritos malignos dos naufrágios e navios fantasmas.

Esta variante diversidade de criaturas se deve, inicialmente, à fusão entre diferentes mitologias e os inúmeros relatos de viajantes, pescadores e religiosos, conferindo credulidade às representações atestadas. Tal fator, associado à onipresença do medo, torna ainda maior a possibilidade de relatos diversos sobre uma mesma criatura, bastando olhares de relance para que o senso comum da época se tornasse verdade histórica.

Mas estes mesmos sujeitos, historicamente associados à ideia da jornada (pelo mar a até este), serão responsáveis pela mudança de paradigmas da sociedade em relação ao elemento líquido. O mar, que até a Idade Média foi recipiente dos medos, pecados e incertezas humanos, vai paulatinamente tornar-se ambiência a ser contemplada.

Corbin (1989), ao analisar as raízes da admiração pela praia, ressalta que a aproximação do século das luzes ocasiona mudança interessante na forma como poetas e escritores descrevem as praias. Antes tomadas por referências ao desconhecido, o litoral passa a suscitar comportamentos pouco verificados até final do século XVI.

A partir de 1620, estar em frente ao mar possibilita que poetas utilizem aqueles elementos como fontes de inspiração. Deitar-se sobre a relva das falésias rochosas, caminhar pelas praias, observar o mar e suas variações de cor, reflexo e movimento fazem parte dos cronogramas evocados pela poesia barroca francesa (CORBIN, 1989).

Assim o mar, antes repositório das monstruosidades e outras punições sobrenaturais, passa por processo de modificação de representações e funções. A paisagem costeira, antes causadora de angústia pela partida dos navegantes e a incerteza do retorno, agora reflete o céu e sua essência divina em todas as características, como a brisa intensa, o raiar e o pôr do sol, o limite de sedimentos imposto às ondas.

Não somente o barroco francês, ressaltado por Corbin (1989), mas também escritores ingleses abordam a dádiva representada pelos ambientes naturais a partir do século XVII até o século XVIII. Mas em ambos os países, a praia se constitui como objeto de discurso apenas em breves fragmentos, quando reforçadas as práticas de caminhar na orla, caçar animais à beira mar, deitar-se sobre as falésias e contemplar o horizonte da grande massa aquática.

O retiro no "campo", de acordo com Williams (2011), representa a desobediência de uma classe social às regras impostas pela sociedade urbana. Há ainda a ideia de nostalgia de cotidianos tranquilos, de infâncias ocorridas no campo, em zonas de praia e áreas distantes das dinâmicas urbanas inglesas.

Sobre a abordagem literária da paisagem, Williams (2011) denota que, apesar de representar um movimento relativamente novo, apenas se verifica a estética de sentimentos há muito experimentados pelas sociedades mais antigas ao observarem vales, montanhas, praias e estrelas. Assim, não mais se trata de descrever paisagens, mas de ressaltar as reações do espírito ao visualizá-las, realizando paralelos e analogias. Sobre os efeitos da paisagem marinha sobre a mente humana, Braudel (2001, p. 17) denota que:

O mais belo testemunho é o do próprio mar. Isto tem de ser dito e repetido. É preciso vê-lo, uma e tantas vezes. [...] O mar restitui pacientemente as experiências do passado, devolve-lhes as primícias da vida, coloca-as sob um céu, numa paisagem que podemos ver com os nossos próprios olhos, análogos aos de outrora.

Esta abordagem literária e poética sobre as experiências campestres é a possibilidade de inspirar aqueles que meditam e buscam os espaços naturais como refúgios contra o ônus da vida urbana. Ao passo em que os relatos sobre a inserção daquele ser urbano na natureza são difundidos, estes se verificam tanto como expressões de alívio das pressões vivenciadas, assim como de estranhamento em relação os novos elementos da paisagem.

A praia, no caso da literatura inglesa, aparece mais como um acessório à paisagem tomada por relevos acidentados e imensidões verdes de campos e floresta. Mas a importância do litoral se constitui, sobretudo, no processo de eleição deste para realização de práticas antes realizadas no campo, gradualmente transformado em lavoura e grandes latifúndios anexos às casas de campo (WILLIAMS, 2011).

A contemplação do mar a partir da praia, ressaltada por Corbin (1989), visa considerar sobre a vida e os problemas humanos. Mas esta meditação não se constitui em estágio monástico silencioso, e sim em meses de itinerário defronte à praia, na busca pelo descanso, autoconhecimento e novos hábitos neste cenário selvagem. Um destes novos hábitos era a escolha de pessoas agradáveis para compartilhar momentos.

É a partir destas práticas que o autor estabelece dois momentos posteriores para a constituição da praia como espaço eminentemente voltado ao ócio: a viagem até a costa e aos canais da Holanda e a estadia na costa da Campânia, na Itália (CORBIN, 1989).

O século XVII marca, segundo Corbin (1989), o início do movimento religioso francês de admiração da natureza como dádiva do Criador, intitulada teologia natural. As manifestações da natureza eram explicadas como ações diretas e indiretas motivadas pela bondade do criador. O mar, segundo essa interpretação, é o depósito de recursos importantes à manutenção da vida, repleto de espécies de peixes, moluscos e crustáceos a serviço da humanidade.

Sendo a primeira natureza um espaço divinamente concebido, teoria não mais pautada em relatos leigos, mas consoante à leitura de estudiosos inseridos na religião, a terra prometida por Deus destoa de lugares isolados, sendo representada por qualquer cenário natural passível de ser utilizado.

Não seria mais necessária a busca pelo paraíso terreal quando esse se encontra nas paisagens costeiras da França, nas grandes cadeias montanhosas da Suíça, nos campos verdes da Inglaterra. Sobre esse último exemplo, são muitas as analogias ressaltadas por Williams (2011), as quais refletem a escrita nostálgica sobre a fertilidade dos campos ingleses enquanto utilizados pela agricultura dos séculos XVI e XVII. A paisagem do campo na Inglaterra é passível de ser comparada ao Éden bíblico.

Se até o século XVI o mar representava força incapaz de ser controlada, tornando a praia em verdadeira armadilha aos desavisados sobre a fúria marinha, esta visão se modifica através da teologia natural. Não são poucas as referências à praia como limite estabelecido pelo Criador ao mar, bastando apenas uma ordem para que ele recue, como cita Jeremias (5:22):

Nem a mim vocês temem? – oráculo de Javé. Vocês não tremem na minha presença? Fui eu quem fez a areia como limite do mar, uma fronteira eterna que ele não ultrapassa; suas ondas se agitam, mas nada conseguem: elas estrondam, mas não conseguem ultrapassar'.

É admirável que, diante do conhecimento existente sobre tsunamis e ressacas de mar desde a Grécia antiga, a ideia de ondas obedientes à linha de costa tenha força mesmo no âmbito religioso. Mas é compreensível o uso destas passagens quando tal ideia denota que apesar da força do mar ser colossal, milhares de ondas chegam até a praia diariamente, mas não a ultrapassam.

Sobre o sal existente no mar, o abade Pluché (1739 *apud* CORBIN, 1989) ressalta a importância para peixes e para a conservação dos alimentos. Ainda, impede o congelamento das águas do mar e controla a evaporação. A morfologia do relevo marinho e costeiro seria outro milagre voltado ao benefício dos homens do mar.

Golfos e baías protegem portos e embarcações dos efeitos das tempestades oceânicas. As ilhas servem como entrepostos de apoio para que as tripulações pudessem aportar, além das anteriormente citadas riquezas possivelmente existentes nestas porções insulares. Ponttopidan (1755) ressalta que as inúmeras ilhas e ilhotas existentes na costa norueguesa, além dos enormes fiordes que delimitam as saídas de mar, são feições concebidas pela providência divina para defender as cidades e portos de invasores.

Ainda sobre a importância logística das ilhas para navegação, cada vez mais distantes das visões míticas dos séculos anteriores, Braudel (1983) ressalta que navegar se constitui por percorrer pequenos espaços de mar entre porções de terra, como ilhas, promontórios, portos e baías. Portanto, as embarcações não perdiam efetivamente a costa de vista, e quando o faziam era para percorrer uma das rotas diretas conhecidas¹³.

O relevo marinho, anteriormente associado às tragédias das embarcações e lugar de avistamento de monstros e criaturas, agora representa elementos repletos de feições e características fundamentais para a navegação segura, facilitando-a ou reduzindo os efeitos das variações de mar sobre as embarcações em curso.

¹³ Segundo o autor, uma destas rotas tinha o Estreito de Messina como passagem, o mesmo onde estariam localizados, na Antiguidade, os monstros Cila e Caríbdis. Assim, ao que parecem, os avanços da navegação serviram inclusive para desmistificar os temores dos constantes redemoinhos existentes na região.

E a navegação avança ainda mais quando contribui para tornar os antigos locais de paragem em pontos de negociação de mercadorias e reposição de mantimentos. Sobre esta questão, Braudel (1983, p. 125) ressalta:

O périplo, que pode durar algumas semanas ou alguns meses, é, de lugar em lugar, uma sucessão de vendas, de compras, de trocas, ordenadas num circuito complicado. No intervalo, a carga muda muitas vezes de natureza. Compra-se, revende-se, tendo o cuidado de passar por uma praça — Livorno, Gênova ou Veneza — onde seja possível trocar especiarias, couros, algodão ou coral por moedas metálicas. Só os grandes navios especializados, portadores de sal ou de trigo, têm uma certa parecença com os de hoje.

Porém, longe de representarem uma mudança brusca na visão social em relação ao mar e às zonas de praia, tais abordagens ressaltam a importância, e nisso tem certo êxito, das riquezas existentes nessa intercalação entre o marinho e o terrestre (CORBIN, 1989).

Verificada constatação denota duas questões fundamentais: inicialmente o oceano na literatura da teologia natural é apenas acessório onde as maravilhas divinas se constituem, não havendo muitas glórias do mar *per se*. Outra questão relaciona-se a esta literatura ter sido, durante muito tempo, a propagadora dos medos ligados ao oceano, ressaltando a fúria divina, os castigos, a presença de demônios e de criaturas assustadoras.

Não seria possível, apenas através de esforço exclusivo dos religiosos franceses, a modificação do imaginário social verificada mais adiante em relação à praia. São fundamentais as já estabelecidas práticas empírico-literárias dos escritores barrocos, a beatificação dos elementos e fenômenos característicos do ambiente marinho e, mais a frente, a junção de ambas as visões para constituir novas formas de apreciação.

Sobre este amálgama de práticas marítimas, ressalta Corbin (1989), que aí está o cerne da motivação da viagem turística das elites: ao buscarem nova relação com as zonas de praia, verificam o estranho prazer proporcionado pelos elementos componentes do espetáculo marinho. Mencionado prazer irá se constituir nos efeitos da ambiência litorânea sobre os corpos, mentes e formas de amenização dos males causados pela vida urbana.

É desta forma que a praia, anteriormente tratada como portão do desconhecido, constitui-se como paisagem aprazível aos desejosos de solidão, como

local de descarga dos pesos depositados pela vida urbana e como ambiente de atividades diversas àqueles que desejam um processo de purificação mental, físico e espiritual.

Ressaltando a viagem à Holanda, a existência do *Grand Tour* e as jornadas à costa da Campânia como práticas fundantes do interesse pela praia, Corbin (1989) infere que a mudança de ares e o desejo de inebriar-se com paisagens de grande beleza cênica passam a fazer parte dos anseios das oligarquias europeias.

Walton (2009), lembrando a importância de compreender a construção histórica dos espaços de lazer e das paisagens turísticas, afirma que o *Grand Tour* definiu, ainda no século XVII, os elementos componentes das viagens das elites e, nos três séculos seguintes, das classes médias e populares. Havia assim, um escopo de viagens, experiências e comportamentos exigidos àqueles que buscassem realizar a grande jornada pelos países da Europa.

Sobre o interesse pelas praias, o autor ressalta que a ida à *Scheveningen*, na Holanda do século XVII, e à *Scarborough*, na Inglaterra do século XVIII, representam diferentes estágios de um mesmo processo (WALTON, 2009). As apreciações do visual destinam fluxos de viajantes à praia holandesa, enquanto festejos polarizam visitantes para a costa inglesa.

A viagem à Holanda, além da mágica possibilidade de chegar à praia de *Scheveningen*, revela outros tantos sentimentos. Do desenho das embarcações aos diques que barram a entrada das águas oceânicas no baixo território holandês, não são poucos os visitantes surpresos com as ousadas relações do país com o mar (CORBIN, 1989).

Era respeitando a obra divina que a paisagem holandesa concedia aos seus visitantes imensidões ocupadas por campos, pradarias, cidades horizontais e algumas variações ocasionadas pela existência de diques e canais. Mas é em *Scheveningen* que reside o desejo de participar da cena criada pela interação entre mar e continente.

Ao descrever a paisagem na chegada à praia, Corbin (1989) infere que a expectativa se dava bem antes da viagem, iniciando-se na apreciação de muitas representações em pinturas sobre o local. É no traço de artistas como Jan van Goyen que a praia adquire importância frente ao mar, e mencionado artista não cansou de

representar as diversas atividades laboriosas realizadas por pescadores, comerciantes e pessoas a passeio nas areias de *Scheveningen*.

Se *Scheveningen* introduz a praia aos olhos daqueles que buscam inspirações para a viagem ao litoral, o litoral da Campânia ressignifica a ideia de viagem para fins de lazer. Não se trata apenas do descanso ou da meditação, mas de seguir os passos e versos dos escritores e poetas latinos.

Num país que, segundo Corbin (1989), possui tantas praias repugnantes, a baía de Nápoles se torna um caso à parte. Numa paisagem composta por monumentos, porto, farol, *villas* cercadas por jardins, aldeias de pescadores e o Vesúvio, há combinação de elementos capaz de encantar, sem qualquer expressão religiosa, tanto homens da aristocracia como homens de Deus. A figura 9 traz uma representação de Nápoles no século XVIII.

Figura 9 – *The Bay of Naples in the Early Eighteenth Century*, de Gaspare Vanvitelli (1700).



Fonte: ART HISTORY TODAY, 2017.

Não é mais a dádiva divina que inspira os olhos daqueles que observam a baía de Nápoles, mas a harmonia dos elementos inseridos, um a um, nesta paisagem distante. Distante, pois a viagem até o local não era fácil e muito menos comum, pelo menos até meados do século XVIII, e nem era feita sem certa preparação cultural e histórica (CORBIN, 1989). É importante, considerar a relevância dos escritos clássicos para o *grand tourist* que se destina à Itália.

De acordo com Salgueiro (2002), ao focar nas características do viajante europeu no final do século XVII, a viagem não se destina mais aos objetivos de combate, conquista, pesquisas ou religião. O *grand tourist* se constitui como sujeito

munido de conhecimento e visões sobre o destino, com recursos capazes de alongar esta viagem o bastante para refazer os passos dos escritores clássicos e com obsessão para buscar os limites entre mitos e realidade.

A viagem à Itália e a outros tantos destinos se torna assim um fenômeno social e, como afirma a autora, "viagens sempre atraem mais viagens e a ampla convicção de que um grande número de pessoas estava viajando contribuía para ampliar a percepção da importância social do *Grand Tour*" (SALGUEIRO, 2002, p. 292).

Constituía-se assim a jornada, contudo não mais em busca da terra prometida, mas de uma paragem existente, relatada textualmente e retratada em pinturas. Entre Roma, Veneza e Florença, a baía de Nápoles surge como reflexo do desejo crescente de contemplação do mar, seguindo rigoroso itinerário cultural influenciado por escritores como Horácio, Virgílio e Sêneca (CORBIN, 1989).

Viagens ainda em nauseantes embarcações a vela, precárias estruturas portuárias, dias sentados em celas de animais por caminhos acidentados, serviços que carregavam cadeiras de viagem para o descanso e apreciação dos viajantes e, ainda, riscos de assaltos ou assassinatos nas áreas mais isoladas e mais carentes pelo caminho eram riscos que ressaltavam a motivação daqueles que integravam o *Grand Tour* rumo ao litoral (SALGUEIRO, 2002). A figura 10 mostra a paisagem atual da baía de Nápoles.

Figura 10 – baía de Nápoles na atualidade.



Fonte: EASY VOYAGE, 2019.

Cabe ainda breve análise sobre um movimento que irá configurar, sobretudo na costa mediterrânea e na Inglaterra, a apropriação das zonas de praia a

partir de meados do século XVIII: o discurso médico sobre os benefícios do contato do corpo com a praia.

Sociedades cada vez mais tomadas por questões existenciais e vícios, necessitam de momentos e ambientes capazes de aliviar o temperamento melancólico (CORBIN, 1989). Nesta ordem, são diversos os discursos médicos a ressaltar a importância das propriedades do local de moradia ou de estadia temporária para a pessoa acometida de melancolia (WILLIAMS, 2011).

Outras recomendações bastante comuns associadas aos períodos de tratamento contra a melancolia são, segundo Corbin (1989), os banhos terapêuticos e a busca por *pleasant places*. Apesar de não estarem diretamente ligados às zonas de praia, alguns especialistas começam a verificar que a ambiência litorânea consegue reunir vários dos aspectos favoráveis ao tratamento de doenças dos mais diversos tipos.

Temperaturas amenas, ondas, ventos constantes, possibilidades de banhos de sol e o ainda o pequeno apelo popular da praia a transformavam num espaço mais que propício às elites inglesas que desejavam retirar-se, ainda que temporariamente, dos espaços urbanos repletos de insalubridades e pessoas. Mas frente aos campos ingleses, descrito por Williams (2011) como o *locus* criador de sentimentos nostálgicos, o mar ainda representa um elemento de árdua domesticação.

Os banhos de mar passam, ao longo dos séculos XVIII e XIX, a ser receitados para toda uma sorte de doenças, problemas psicológicos e mesmo alguns desvios de conduta. Indisposição, covardia, desejos sexuais impulsivos, impotência sexual, tumores, infecções gerais, febre, asma e tuberculose recebem tratamentos diferenciados à beira mar de balneários litorâneos como *Brighton*, *Eastbourne* e *Yarmouth* (CORBIN, 1989).

Neste contexto, são as classes mais abastadas que efetivamente realizam tais práticas, sempre por recomendações médicas, como exemplifica Machado (2000, p. 205):

A imagem da duquesa de Berry a ser conduzida pela mão do médico e o facto de ser concedido a este último a função de avaliar a qualidade das águas do mar, ilustra de algum modo o poder destes actores sociais junto às elites do século XIX. Faz-nos suspeitar que a interacção das elites com a natureza marítima vai estar muito

dependente do que os médicos dizem que deve ser valorizado e como deve ser valorizado.

Ao longo do século XIX, ressalta Machado (2000), o prazer impellido pelo mar se constitui à distância, visto que as práticas que efetivamente se realizavam nas águas oceânicas tinham caráter essencialmente terapêutico¹⁴. No século XX, o calor se constitui como elemento fundante da ideia de lazer litorâneo, suscitando a mudança nos horários de utilização das praias, a edificação de estruturas para uso prolongado deste espaço, a redução das roupas e o enaltecimento, ainda inconsciente, dos desejos sexuais.

A junção entre o despir dos corpos, o calor e os raios solares, se constitui noutra prática que será apropriada pelas elites e, gradualmente, pelas demais classes: os banhos de sol para o bronzamento (MACHADO, 2000). A ação, de cunho estético, cultural e social, se soma às caminhadas, aos banhos de mar, ao mergulho, aos esportes e à contemplação da paisagem litorânea, criando uma plêiade de usos das zonas de praia para o lazer.

De acordo com Sharpley (2009), a atração causada pelas paisagens sublimes no ocidente se constitui num momento onde as crenças religiosas passam a ser questionadas. Ao abordar a espiritualidade dos lugares turísticos, referido autor caracteriza a prática turística como uma espécie de peregrinação moderna que, em alguns casos, se estabelece como uma busca por significados de vida, autenticidade e conexão espiritual com o destino.

Pode-se afirmar, considerando o histórico de significados das paisagens litorâneas, que há uma longa secularização do significado dos espaços à beira mar. Mencionado processo se constitui através da redução gradual do enfoque religioso e seus respectivos signos sobre o espaço litorâneo, o qual passa a estar cada vez mais associado às práticas de lazer, busca por descanso, renovação das vaidades e sentimentos de liberdade.

Estas concepções sobre a praia são impelidas, sobretudo, por diversas dinâmicas que apenas têm início nas visões religiosas, e são culturalmente influenciadas pela racionalidade científica, modo de produção, consumo e

¹⁴ Tais práticas terapêuticas já gestavam, neste século, algumas daquelas que viriam a representar o lazer no século seguinte, caso da natação masculina, das observações dos corpos seminus nas praias e mergulhos (CORBIN, 1989).

globalização. Isto não significa dizer que as visões religiosas de mundo estejam em declínio, mas sim que os indivíduos estão cada vez mais propensos a buscar conhecimentos e crenças menos engessados pelas concepções baseadas em dogmas religiosos (SHARPLEY, 2009).

Esta secularização, de acordo com Jarratt e Sharpley (2017), além de reduzir o caráter dogmático das práticas e dos lugares, também contribui para a sacralização de atividades e espaços anteriormente considerados profanos. E em última análise, como afirma Durkheim (1964), à medida em que a racionalidade e a ciência suplantam os preceitos religiosos, permanecem as necessidades sociais por representações mitológicas, as quais são ocupadas gradualmente por experiências e práticas tornadas tradicionais.

Destarte, ao remover a carga religiosa de determinadas questões, e acontecimentos sociais, o processo de secularização acaba por tornar possível o desaparecimento do edênico bíblico como meta e conferir ao lazer e às viagens a possibilidade recriar paraísos humanamente palpáveis em diversas partes do mundo e, em especial, à beira mar. Torna-se assim possível explicar as constantes ligações entre o paraíso religioso, o mar, a praia, o turismo e, enfim, o paraíso turístico (JARRATT; SHARPLEY, 2017).

É o litoral que Bull (2006 *apud* SHARPLEY, 2009) enfatiza ser espaço turístico com a mais considerável carga espiritual existente na atualidade. Inicialmente pelo fato de diversas atividades realizadas dentro e fora d'água possuírem efeitos benéficos sobre o espírito humano, como o mergulho e a caminhada pela praia. Posteriormente, existem práticas que mesmo realizáveis em vários tipos de ambientes, se concentram na praia.

Para justificar tal predileção pelas zonas de praia, o autor ressalta oito motivações de cunho natural e simbólico. Tais influências se constituem de formas conscientes e inconscientes na sociedade, para as quais o espírito humano responde de formas diferentes. São estas, segundo Bull (2006 *apud* Sharpley, 2009):

- Bem estar físico e espiritual: são muitos os benefícios do mar à saúde.
- Correspondência entre os ritmos da vida e o ritmo do mar: um senso de conexão entre o mar (as marés, as ondas quebrando) com a vida (batidas do coração, respiração, relógio biológico).

- Liberdade ilimitada: o mar representa o espetáculo do infinito, sem limites, possibilitando o senso de fuga.
- A liminaridade da praia: a costa representa o limite entre caos e estabilidade, entre fúria e serenidade.
- Aventura: como outros ambientes naturais e por toda mitologia estabelecida sobre a hostilidade do mar, a praia possibilita se aventurar em diversas atividades.
- Regresso à infância: permite que as pessoas brinquem e se divirtam como na infância, sem parte das amarras da vida adulta;
- Retorno ao útero: nadar e mergulhar no mar pode ser comparado ao conforto pré-natal.
- Aumentar a espiritualidade: enfrentar o mar em atividades como o nado e o mergulho significa se arriscar a perder a vida devido à força deste elemento.

O litoral se constitui assim como ambiente que reúne espacialmente diversos elementos naturais referentes ao paraíso terreal, ao passo que, historicamente adquiriu caráter de benéfico à humanidade. A praia passou assim por ressignificações impelidas por diferentes visões e consequentes usos cada vez mais específicos.

O paraíso terreal, largamente procurado nos séculos anteriores por navegadores, viajantes e religiosos, se constituía nos ideais de abundância, de cura das doenças, do descanso e das liberdades concedidas aos seus mercedores. Não seriam estes os mesmos benefícios verificados na leitura da praia como espaço repleto de funções espirituais, terapêuticas, recreativas e, mais recentemente, de acumulação?

Na sucessão de práticas marítimas reside, então, o cerne da criação do segmento turístico de sol e praia que irá, a partir do final do século XX, contribuir para a valorização do litoral como espaço eminentemente turístico e capaz de atrair fluxos de várias partes do mundo, agora sem as dificuldades e perigos de outrora.

Cria-se assim, na tentativa de sintetizar o conjunto de significados do paraíso e compreender os respectivos alcances temporais, o gráfico 2, que denota o processo de secularização das imagens paradisíacas ao longo da história e o direcionamento rumo às paisagens litorâneas.

Gráfico 2 – representações e significados do paraíso ao longo da história.



Fonte: DELUMEAU, 2009; HOLANDA, 2000; TOMÁS, 2013; CORBIN, 1989; SHARPLEY, 2009. Elaboração: CASTRO, 2021.

Afirma-se então que as visões pagãs do paraíso terreal carregam importantes elementos de diversas religiões e igualmente alimentam as visões seculares de paraísos modernos, os quais não representam mais, necessariamente, os desígnios dos deuses, mas sim a existência dos elementos referentes à imagem e semelhança dos relatos sobre o edênico na superfície terrestre e no plano celestial.

É ainda possível concluir que os relatos religiosos sobre os paraísos míticos e terreaux sejam capazes de qualificar de um valor eterno capaz de ressignificar completamente o imaginário e as descrições de determinadas porções do espaço geográfico, conferindo assim conteúdos relacionados a desejos socialmente valorizados e bem difundidos.

Contudo, tão importante quanto entender a ressignificação do termo em visões religiosas, pagãs e seculares, é analisar o processo de refuncionalização do termo como qualificador de espaços litorâneos modernos, bem como as características que conferem a aura paradisíaca a determinadas destinações em detrimento de outras.

Igualmente primordial é a discussão sobre os agentes responsáveis pela ressignificação dos espaços litorâneos como territórios eminentemente voltados às práticas de lazer, o que necessariamente denota a continuidade do processo de secularização das sociedades.

O litoral mantém assim os símbolos característicos da aproximação com o Éden mítico e as Ilhas Afortunadas, ainda demanda viagens longas, permanece evocando sentimentos inexplicáveis, mas mencionados elementos constituintes da jornada têm cada vez menos relação com o mítico e mais com os anseios humanos por boa vida, riqueza, consumo, *status* e liberdade.

O amadurecimento destes sentimentos e desejos mundanos, apesar de ter cerne na confluência de diversas representações religiosas e pagãs, vai acontecer na era moderna. As consequências da atuação dos viajantes e turistas são responsáveis por não apenas valorizar as zonas de praia e elementos comuns, mas também por criar uma segmentação turística específica e inerente ao ambiente costeiro: o turismo de sol e praia.

No capítulo a seguir serão analisados os comportamentos destes agentes, suas motivações e respectivas contribuições para o processo de turistificação dos paraísos litorâneos, com especial enfoque sobre a mudança de visão sobre o litoral, a atuação dos religiosos e poetas, bem como a criação de novos tipos de viajantes, notadamente mais preocupados com as experiências trazidas pela viagem.

3 SACRALIZAÇÃO DO LITORAL: UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL

"Minha alma não pode encontrar a escadaria do Céu a menos que seja pela beleza da Terra"

Michelangelo

Como visto, não são poucas as referências históricas – sacras ou não – em relação à suposta existência de um paraíso celeste ou terreal. E diante de uma sociedade essencialmente vinculada aos preceitos religiosos, é notória a importância adquirida por tais descrições enquanto representativas de simbologias tão importantes.

Esta importância é tão inegável que suscita, conforme relatos, grandes peregrinações, navegações num mar de monstros, viagens longínquas e histórias sobre mitos que povoam a beira mar (HOLANDA, 2000). Mais ainda, não é ao acaso que o mar e as zonas de praia passem a representar ambientes sacralizados, sobretudo no que tange às leituras religiosas, aos escritores e a discurso médico, agentes notadamente responsáveis por certos níveis de popularização das zonas de praia, sobretudo na Europa (CORBIN, 1989).

É certo que diante de discursos tão bem difundidos e aceitos pela sociedade do século XIX, houvesse a criação de outros numerosos contribuintes para a leitura qualitativa das zonas de praia no ocidente. No entanto, mencionado processo possui abrangência espaçotemporal muito maior, contemplando não somente peregrinos e viajantes, mas muitos exemplos recentes de turistas desejosos pelo desvelamento de parcelas litorâneas.

Estes não são apenas responsáveis por relatos sobre suas viagens, mas também pela criação de modos de vida fundamentalmente associados ao ato de viajar, maneiras de propagar as imagens dos paraísos descobertos, criação de discursos específicos de diferenciação dos lugares e apropriação das tecnologias modernas na construção das imagens turísticas (JESUS, 2018).

Um paraíso a beira mar! Geralmente assim são caracterizados balneários litorâneos abordados nos meios de comunicação e praticantes do turismo. Numa breve leitura de relatos de viagens e turismo, verifica-se que o termo é largamente utilizado por editores, repórteres e viajantes. Mas com quais intencionalidades este

termo é utilizado no âmbito da publicidade turística? Sem dúvidas há uma busca por causar impacto nos leitores, tidos como potenciais turistas e, conseqüentemente, consumidores. Mas este, certamente não é o único objetivo do uso da terminologia referente ao edênico.

Certo dia, ao ler uma revista que tratava de assuntos geopolíticos e econômicos¹⁵, não foi difícil encontrar pelo menos três menções a espaços paradisíacos. Uma se referia a Aruba, território holandês no mar caribenho, a segunda ressaltava um *spa* que seria considerado paraíso dos veganos, enquanto a terceira menção se referia a algum local na América Latina como paraíso dos compradores de mercadorias importadas.

Desta forma, além de buscar o interesse do leitor, o uso deste termo também resalta uma função específica do local. O paraíso dos veganos, em tese, não interessa aos desejosos por carne e outros tipos de alimentos considerados menos saudáveis, assim como o paraíso do turismo sexual não surte grandes efeitos sobre o turista familiar.

Assim, o paraíso do turismo de sol e praia tem como foco os visitantes que por este ambiente e pelas práticas relacionadas a este se interessam. Ambientes costeiros acidentados podem também ser chamados de paraísos do turismo de aventura¹⁶ sem dissociar-se do estereótipo da praia. Há ainda a possibilidade, por vontade de um editor ou por alguma demanda específica, de um balneário costeiro ser intitulado como paraíso do turismo de charme, indicando o alto padrão e os serviços turísticos voltados ao turista de grande poder aquisitivo.

Neste contexto pode-se afirmar que no âmbito da publicidade, não há qualquer pudor, critério ou sistematização que possa ocasionar uma filtragem em relação ao uso do termo. Exemplo disto são as matérias que se multiplicam nas revistas e *sites* de viagens ao ressaltar o paraíso turístico e as diversas segmentações turísticas tendenciais.

¹⁵ Certamente era uma edição de Carta Capital, que trazia uma seção pequena sobre lazer e cultura.

¹⁶ De acordo com o Ministério do Turismo (2006), no documento orientativo Turismo de Aventura: Orientações Básicas, o Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo,

Em 2014, no G1, o repórter televisivo Zeca Camargo publica um questionamento após conhecer o *Salar de Uyuni*, na Bolívia: "O Paraíso?"¹⁷. Mencionada pergunta vem seguida da jornada percorrida por este agente até chegar ao famoso deserto de sal boliviano. Um ano antes, no mesmo *site*, a coluna Viver Noronha confere a propriedade (ou pelo menos a conquista temporária) do paraíso de Fernando de Noronha ao casal de atores globais Bruno Gagliasso e Giovanna Ewbank¹⁸.

Na revista e site *Go Outside*, entre os anos de 2007 e 2018, existem pelo menos três evocações sobre a existência de paraísos perdidos do turismo. A primeira destas, em 2007, ressalta os destinos para atividades *outdoor* mais perigosos do mundo (Afeganistão, Paquistão, Colômbia, Congo, Costa do Marfim, Haiti, Iraque e Papua Nova Guiné)¹⁹.

A segunda reportagem homônima busca revelar o motivo da ausência de turistas nas ilhas do atol de *Bikini* (figura 11), chamado durante matéria de paraíso que esconde o inferno, devido à contaminação de Césio-137 proveniente dos testes nucleares americanos entre as décadas 1940 e 1950²⁰. Enquanto a terceira, datada de 2015, ressalta a publicidade voltado à atração de escaladores para o turismo de aventura na Grécia²¹.

Figura 11 – estruturas do período de testes nucleares no atol de *Bikini*.



Fonte: GO OUTSIDE, 2013.

¹⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/zecacamargo/2014/02/17/o-paraiso/>

¹⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/pe-viver-noronha/2013/07/26/noronha-e-o-paraiso-de-giovanna-ewbank-e-bruno-gagliasso/>

¹⁹ Disponível em: <https://gooutside.com.br/3325-paraisos-perdidos/>

²⁰ Disponível em: <https://gooutside.com.br/2044-paraiso-perdido/>

²¹ Disponível em: <https://gooutside.com.br/3873-paraiso-perdido/>

Ainda na *Go Outside*, em 2014 são abordadas as características do litoral do "paraíso" de Belize para os amantes do mergulho e a chegada do turismo de massa no país, enquanto no ano seguinte o paraíso é francês e se chama arquipélago de Guadalupe, onde, segundo a reportagem, a natureza é a rainha (figura 12).

Figura 12 – floresta e praia se reúnem em Guadalupe, nas ilhas de *Basse-Terre* e *Grande-Terre*.



Fonte: GO OUTSIDE, 2015.

Em 2018, a *National Geographic* Brasil apresenta ao leitor o arquipélago brasileiro de Trindade e Martim Vaz. Segundo a publicação, o "paraíso brasileiro" encontra-se a mais de mil quilômetros de distância de da costa do Espírito Santo. Por ser uma Unidade de Conservação (UC), a Área de Proteção Ambiental (APA) e o Monumento Natural do Arquipélago de Trindade e Martim Vaz e Monte Colúmbia não podem ser visitadas com fins de lazer²². O tal paraíso, deserto, belo e repleto de surpresas, torna-se assim, inalcançável para qualquer turista (figura 13).

²² Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/meio-ambiente/2018/03/trindade-e-martim-vaz-um-paraíso-brasileiro-decretado-monumento-natural>.

Figura 13 – a ilha de Trindade, no arquipélago de Trindade e Martim Vaz, Espírito Santo.



Fonte: NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL, 2018.

No mesmo ano, o *site* define o Atol de *Pingelap*, na Micronésia, como o Paraíso dos Daltônicos. Mencionada atribuição ocorre não por causa das características naturais ou funções socioeconômicas da ilha, mas devido à alta taxa de daltônicos existentes na população do local, cerca de 10% dos habitantes.

A Revista do Turismo, em 2018, trouxe matéria que confere à Jijoca de Jericoacoara o *status* de "verdadeiro paraíso"²³, explicitando as características quase cinematográficas as praias e outros atrativos do município, como a Lagoa do Paraíso e a praia do Mangue Seco.

E no ano seguinte, o Jornal de Turismo ressalta (2019):

O Centro de Portugal, região lusitana que fica entre Lisboa e Porto, é conhecido como um destino de vilas charmosas e cidades históricas. Há algum tempo, no entanto, ela tem despontado como um paraíso do surfe, que atrai tanto amadores quando profissionais do esporte.

Nesta breve abordagem, a qual será aprofundada oportunamente nos tópicos seguintes, verifica-se que o uso do termo acontece de forma corriqueira, mas

²³ Disponível em: <https://revistadoturismo.com.br/lugares-incriveis/jijoca-de-gericoacoara-e-nome-de-um-verdadeiro-paraíso-no-nordeste-brasileiro>.

se dá principalmente quando são ressaltadas as segmentações do destino citado e, sobretudo, a exclusividade deste para determinados grupos sociais.

Desta forma, o paraíso dos herpetólogos, a Ilha das Cobras/SP, jamais será visto como o paraíso dos turistas de sol e praia, assim como o paraíso dos escaladores, caso de Quixadá/CE, pode não receber esta nomenclatura quando visitado por algum turista de charme. Guardadas as devidas proporções, a adjetivação paradisíaca moderna está intimamente relacionada à prévia existência de uma segmentação e de uma funcionalidade para os visitantes

Interessa aqui entender a contribuição dos agentes na construção das imagens dos espaços considerados paraísos do turismo de sol e praia, discussão que deverá pautar-se ações que irão, historicamente, situar o litoral como espaço potencialmente turístico.

Para tanto, são analisados os processos embrionários de espacialização dos protótipos de prática turística, notadamente as jornadas e expedições rumo aos litorais distantes para fins de contemplação, autoconhecimento, lazer e acumulação. Inserem-se nestas dinâmicas importantes agentes de refuncionalização turística das zonas de praia, os viajantes e, posteriormente, os mochileiros e os *tour operators*.

3.1 A conquista dos litorais distantes: viajantes e mochileiros

O processo de abertura, ou pode-se chamar de refuncionalização, do litoral turístico, perpassa pela existência de agentes capazes de conferir outros olhares a parcelas da costa anteriormente pouco interessantes ou mesmo desconhecidas.

De acordo com Dantas (2011), as zonas de praia na Europa e, mais especificamente, na América, tinham como finalidade a realização das práticas marítimas tradicionais. Assim, nas aglomerações urbanas litorâneas era comum a reprodução de atividades portuárias e das práticas relacionadas, notadamente a navegação voltada à pesca e ao transporte de passageiros e mercadorias.

Somente a partir de meados do século XIX, através da utilização das infraestruturas ferroviárias, verifica-se processo de massificação dos usos recreativos das zonas de praia, notadamente o turismo litorâneo (WALTON, 2009). E apesar dos esforços de homens como Thomas Cook para possibilitar que fluxos cada vez maiores e mais diversos chegassem às zonas de praia ao sul da Inglaterra, além de outras paragens mediterrâneas, havia um tipo de viajante que buscava outras sensações.

Citada busca estava relacionada a novas formas de apreciação da praia, as quais se associam às percepções humanas na presença do elemento marinho, cada vez menos próximas ao medo e muito mais ligadas aos conhecimentos sobre si mesmo. São os românticos, segundo Corbin (1989), que estabelecem o que aqui se acredita ser o estágio embrionário das descobertas dos paraísos turísticos litorâneos.

Mencionada afirmação se constitui através da análise sobre as características conformadoras da jornada aos lugares mais isolados ou, como ressaltado pelo autor, da aventura robinsoniana rumo ao desconhecido. Ocorre assim nova modificação nas formas de fruição da praia (CORBIN, 1989, p. 185):

[...] o prodigioso enriquecimento das emoções provocadas pelas praias de mar transformou as modalidades do desejo. Uma nova familiaridade se estabelece entre o viandante e os elementos. Para ele, o oceano não é mais apenas sublime espetáculo contemplado da falésia ou quadro pitoresco recortado do alto do miradouro, numa visão distanciada, dominadora. O diálogo com a onda, com a caverna, sugere o abandono da posição de espectador que era ainda a do Menestrel, de Beattie; induz o desejo do contato aproximado, prelúdio à fusão imaginária.

E mencionados contatos e formas de uso não se realizam sem a ideia da jornada até zonas de praia mais distantes. Esta, ao chegar ao destino almejado, tinha a próxima etapa contemplativa composta pelo uso de embarcações ou, para aqueles que não eram homens acostumados com o mar, pelas caminhadas pela costa.

Assim, de acordo com Corbin (1989), numa busca dos autores românticos por sentir emoções ainda não experimentadas, referidas jornadas têm como foco a errância, a ideia de vagar pelas praias e ambientes associados sem grandes apegos ao lugar de partida, ou mesmo de moradia. Almeja-se assim, a descoberta, não apenas de novos destinos ou novas paisagens, mas de novas sensações capazes de despertar novamente o medo junto ao mar, e colocar estes viajantes em situações de solidão, sacrifícios, perigos e aventuras.

Não é incorreto dizer as jornadas dos românticos às zonas de praia, ao considerar as inferências de Corbin (1989), que estas tinham grandes aproximações com o que atualmente se conceitua como turismo de aventura. Ocorre, pois, que o viajante, ao desejar uma experiência mais intensa que a simples contemplação, recorre a formas muito mais arriscadas de enfrentar os elementos costeiros.

Subir rochedos, navegar por cavernas, mergulhar junto aos corais, tomar banhos noturnos são apenas alguns dos passos a serem percorridos na viagem que, agora, tem apenas a imaginação como catalisador. E ainda, o viajante romântico dos séculos XVIII e XIX, ao invés de preferir a segurança das caravanas e grupos, busca evitá-los, mantendo viva a ideia do desafio de chegar ao destino (CORBIN, 1989).

Segundo Cordeiro (2007), é a figura de Robinson Crusoe que melhor representa a busca pelo destino paradisíaco. Segundo a autora (p. 65):

O sociólogo francês Jean-Didier Urbain (2002a) sintetiza esta importante tradição escapista na figura literária de Robinson Crusoe e respectiva demanda por um local inviolado para descansar e construir uma vida alternativa. O impulso robinsoniano reflecte, pois, um conjunto de ansiedades humanas cristalizadas em torno da tentativa de recuperação do “paraíso perdido”, que surge como importante construção cultural do imaginário das sociedades ocidentais desenvolvidas [...] a qual condensa o primitivo, o tradicional, o típico, o autêntico, em oposição ao moderno, ao sofisticado, ao não-autêntico.

Desta forma, enquanto a ideia de aventura robinsoniana se estabelece sob a premissa de busca pelo local intocado, a viagem romântica estabelece objetivo semelhante, porém buscando compreender, através da exposição aos perigos, algumas das condições de incerteza social existentes no final do século XVIII.

A reunião das jornadas românticas às buscas por paisagens exóticas distantes, nos moldes robinsonianos ressaltados por Cordeiro (2007), pode assim ser considerada como um dos primeiros exemplos de práticas turísticas segmentadas pela aventura e peregrinação. Para ambos os casos, a viagem não acontece por si só, mas como caminho para o entendimento de determinadas situações impostas pela sociedade ao viajante ou a outrem.

Pode-se afirmar que esta jornada se constitui por elementos muito característicos que denotam tanto anseios sociais, como demandas espirituais dos viajantes. Ao ressaltar as características da jornada, como percurso realizado por turistas, viajantes e peregrinos, Sharpley (2009) infere a existência de características comuns às jornadas ou, como citam Laing e Crouch (2009), às *frontier travels*²⁴.

²⁴ Este tipo de viagem, de acordo com os autores, se constitui como fruto de anseios dos viajantes (*frontier travellers*) por visitar os lugares mais isolados do mundo, mantendo pouco ou nenhum contato com a sociedade próxima e colocando-se em situações pouco esperadas pelo turista de massa.

Os *frontier travellers* tratam-se de turistas que, ao planejarem os próximos destinos a serem visitados, selecionam aqueles que impuserem os maiores desafios a um único viajante ou a um pequeno grupo de expedição. Assim, mesmo contando com os avanços tecnológicos existentes, os riscos da viagem são ampliados pelas difíceis condições de acesso, pelas remotas possibilidades de comunicação e pelas condições ambientais existentes (LAING; CROUCH, 2009).

Mas isto não significa que o *frontier* esteja em locais necessariamente remotos ou inalcançáveis, pois o conceito considera também os limites psicológicos e espirituais. Para os *frontier travelers*, este tipo de viagem significa muito mais a saída de um estado de segurança, previsibilidade e contato com o mundo adestrado para um estado momentâneo de perigo, suspense e enfrentamento de um mundo selvagem (SHARPLEY, 2009).

Pelos riscos envolvidos nestas viagens e pelo pequeno número de turistas desejosos por realizá-las, a aventura robinsoniana se reconfigura até a atualidade, mantendo características semelhantes às jornadas românticas. Mencionados elementos, de acordo Laing e Crouch (2009), são aqueles que conferem as particularidades a estes tipos de viagem, os quais são ressaltados no quadro 1.

Quadro 1 – características comuns às dimensões espirituais da *frontier travel* e das jornadas.

Sacrifício, perigo e dificuldade	Jornadas a lugares remotos, como montanhas, desertos e ilhas, impõem aos viajantes grandes dificuldades, situações perigosas e sacrifícios pessoais. A sobrevivência contribui para maior autoconhecimento e amadurecimento espiritual.
Transformação	Além dos riscos, a jornada oferece, através do distanciamento da sociedade urbana, novas possibilidades contestação das convenções e padrões sociais, tornando-se assim um processo de purificação.
Enriquecimento	A superação das adversidades da jornada assim como as experiências existentes durante esta são formas de enriquecimento espiritual, mantendo-se na memória do viajante.
Comunidade	As dificuldades e desafios superados por um grupo de pessoas acabam conferindo o sentido de comunidade aos membros. Ainda, é possível afirmar a existência de respeito mútuo e um código ético.
Retorno	Apesar de a jornada tornar a vida comum algo desinteressante, as experiências tornam-se verdadeiras lições de vida para todos aqueles que rodeiam o viajante. Desta forma, a viagem se torna uma experiência espiritual a ser professada.

Fonte: LAING; CROUCH, 2009. Adaptação: CASTRO, 2019.

Não é exagero afirmar que tanto as jornadas dos românticos, como as peregrinações e as *frontier travels* reservam um pouco destas cinco (5) características. Possivelmente os únicos elementos variáveis em cada uma destas

tipologias de viagem sejam as dificuldades e os prováveis perigos. Ainda, de acordo com Oliveira (2004) em sua análise quanto das peregrinações religiosas, as jornadas não dependem e sequer buscam as mesmas condições técnicas e comodidades ligadas à atividade turística. Como nos deslocamentos religiosos, provações fazem parte do percurso dos *frontier travellers*.

Mas a existência deste pequeno número de viajantes dispostos a realizar tais esforços tem justificativa, segundo Plog (2001). Existem dois grupos (e possivelmente algumas variações moderadas) de turistas e viajantes que anseiam por experiências turísticas completa ou parcialmente diferentes, conseqüentemente, conferindo-as segmentações distintas no que tange à motivação das viagens, características dos destinos, serviços e infraestruturas turísticos utilizados.

Ao enfatizar a personalidade dos viajantes e as motivações das viagens, através dos dados obtidos em pesquisa o uso ou não utilização de transporte aéreo por turistas, Plog (2001) ressalta a existência de viajantes psicocêntricos e alocêntricos, como definidos no quadro 2.

Quadro 2 – características das viagens e das personalidades dos tipos psicográficos de turistas.

Características	Psicocêntricos (seguros)	Alocêntricos (aventureiros)
Conhecimento sobre o destino	Preferem o que é conhecido.	Preferem os destinos pouco ou nada conhecidos.
Atrativos	Atividades comuns que podem ser realizadas em qualquer local turístico.	Atividades com maiores riscos e surpresas, antes de outros turistas.
Segmentação	Sol e praia, esportes e relaxamento.	Aventura, cultural e riscos.
Nível de atividade	Baixo nível de atividade no destino.	Alto nível de atividade no destino.
Deslocamento	Preferem deslocamento por via terrestre.	Preferem deslocamento por via aérea.
Hospedagem	Buscam hospedagens convencionais, com estrutura completa de lazer e alimentação.	Não têm grandes exigências quanto à infraestrutura, pois permanecem pouco tempo na hospedagem, podendo recorrer a campings e parque de trailers.
Serviços turísticos	Pacotes completos com várias paradas e atividades programadas.	Buscando maior flexibilidade, preocupam-se apenas com hospedagem e transporte.
Personalidade	Inibidos, inseguros e preocupados com pequenos problemas.	Autoconfiantes, curiosos, aventureiros e vêem a viagem como uma expressão de seu caráter explorador.

Fonte: PLOG, 1973; 2001; PEARCE, 2003. Adaptação: CASTRO, 2019.

Constata-se assim, de acordo com as inferências de Corbin (1989) sobre os viajantes românticos, com a descrição de Sharpley (2009) sobre os viajantes e peregrinos e com a conceituação de Laing e Crouch (2009) sobre os *frontier travellers*, que todos estes agentes se encaixam claramente na tipologia de viajantes aloccêntricos, em busca das destinações mais próximas possível do estado edênico.

Há ainda um último agente que precisa ser conceituado (ou minimamente caracterizado) para melhor compreensão do processo de turistificação das zonas de praia no país: o mochileiro. De acordo com Hindle, Martin e Nash (2015, p.2), após extensa análise bibliográfica sobre o tema, o mochileiro:

[...] estão mais interessados em culturas, fazem mais atividades quando nos destinos, e tem mais interações com a natureza, o que significa que ganham mais que uma compreensão superficial da comunidade receptora que o turista convencional. Além disso, mochileiros frequentemente se distanciam de suas zonas de conforto que a maioria dos turistas e são mais suscetíveis a mais estresse e incerteza, o que significa que suas experiências são frequentemente muito gratificantes. Elsrud (2001, p. 597) descobriu que, "narrativas cultural e socialmente construídas sobre risco e aventura são manifestadas por indivíduos em comunidades de mochileiros".

Desejosos de maiores contatos culturais, mais atividades de lazer e maior imersão na natureza dos destinos, os mochileiros estão mais suscetíveis a sair da zona de conforto e correr maiores riscos (HINDLE *et al*, 2015). Mas mencionados autores também encontraram importantes variações no perfil destes agentes, como o fato de alguns não chegarem a buscar essencialmente o contato com os residentes.

Considerando a escala de tipos psicográficos de Plog (2001), os mochileiros, de modo geral, são encaixados dentro do espectro aloccêntrico. Há assim subtipologias nas quais grupos de mochileiros podem ser encaixados, caso do centro-aventureiro (*centric-venturer*) como viajante aloccêntrico ainda muito inseguro de suas empreitadas, e o aventureiro próximo ou quase aventureiro (*near-venturer*) como aquele em processo de transformação num viajante experiente e sem a maioria dos medos e inseguranças de um turista psicocêntrico (gráfico 3).

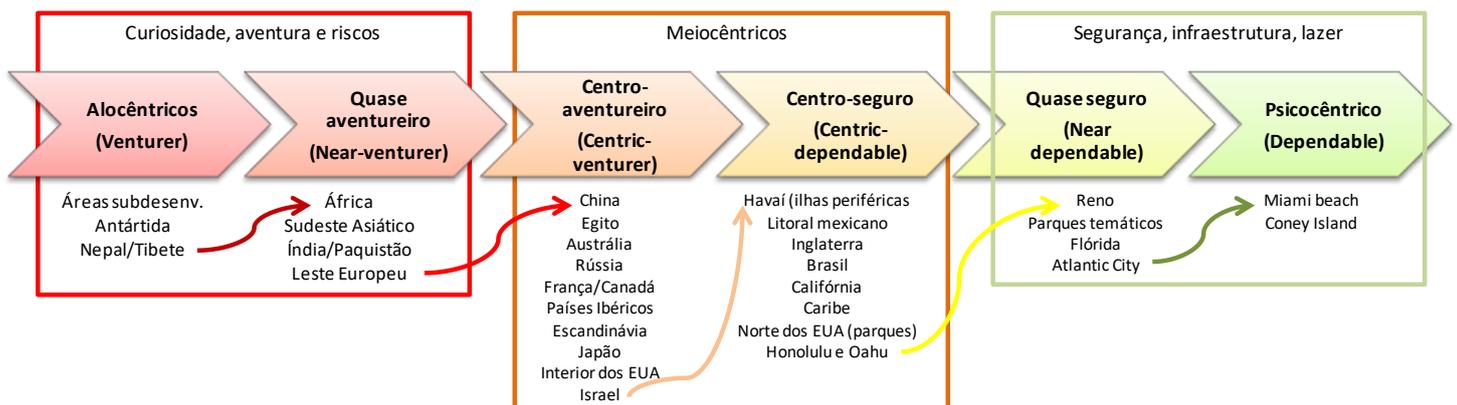
Para estes agentes, de acordo com as características ressaltadas por Laing e Crouch (2009), para além dos riscos do desafio, são mais importantes o caminho percorrido, os contatos com viajantes semelhantes e as histórias a serem contadas no retorno ao local de moradia. Corroborando com isto, Sharpley (2009, p. 245) ressalta que "o mochilão, sendo um rito de passagem, pode de fato proporcionar

experiências espirituais significativas, seja através de dificuldades, transformação, enriquecimento ou comunidade"²⁵.

Em termos gerais, este agente se torna fundamental no processo de turistificação de diversas parcelas da zona costeira mais distante dos grandes centros urbanos, sobretudo a partir de meados do século XX. São estes que, dispostos a viajar fora das rotas convencionais rumo aos destinos ainda menos conhecidos, chegando a regiões e localidades turisticamente inexistentes.

Como viajantes aloccêntricos, para os mochileiros pouco importa o padrão da infraestrutura turística nos destinos visitados. Aliás, é ainda preferível que esta condicionante seja rarefeita, pois significa que estes viajantes poderão ter maior contato com os habitantes locais, com menor número ou mesmo nenhum outro visitante, e com as características naturais em estado quase intocado.

Gráfico 3 – tipologias psicográficas de viajantes e destinos.



Fonte: PLOG, 2001; PEARCE, 2003. Adaptação: CASTRO, 2019.

De acordo com as tipologias estabelecidas por Plog (2001), é notório que apesar de não haver um percurso claro de desenvolvimento psicográfico dos viajantes, onde estes podem manter seus padrões de comportamento em destinos de todos os espectros, o mesmo não se aplica aos lugares, considerando a gradual dinamização turística destes e a inserção de determinadas variantes denotadoras de segurança e comodidade.

E este seria um primeiro fator fundamental na escolha dos destinos a serem visitados pelos mochileiros, pois apesar destes manterem seu padrão de

²⁵ "Backpacking, whether or not a rite of passage, may indeed provide meaningful spiritual experiences, whether through hardship, transformation, enrichment, or communitas" (SHARPLEY, 2009).

comportamento em basicamente qualquer destino, com algumas adaptações aqui e acolá, são os destinos encaixados no espectro aloccêntrico os mais buscados por este público. E isto acontece em virtude da necessidade de fugir dos olhares e do julgamento das sociedades urbanas capitalistas.

Mencionados comportamentos são bastante visíveis diante da busca de jovens por praias do Sudeste Asiático, África e Oceania. Em geral são áreas com costumes completamente diferentes dos contextos ocidentais e repletas de paisagens e pessoas consideradas exóticas.

Desta forma, um viajante adepto do mochilão, motivado a descobrir novos destinos litorâneos dotados de características aloccênicas, terá poucos ou nenhum motivo para buscar ou retornar a destinos que tenham chegado ao estágio final processo de dinamização turística. Referida busca torna-se assim uma jornada pelo paraíso turístico perdido.

Ao longo da história da prática turística, como ressaltado por Pearce (2003), os destinos mais distantes de grandes aglomerações urbanas são desvelados por viajantes aloccênicos para posteriormente, com o crescimento dos fluxos de turistas e da publicidade, atraírem fluxos de turistas psicocêntricos. Mas tais dinâmicas tem forte dependência em relação às condições de acesso aos destinos em questão.

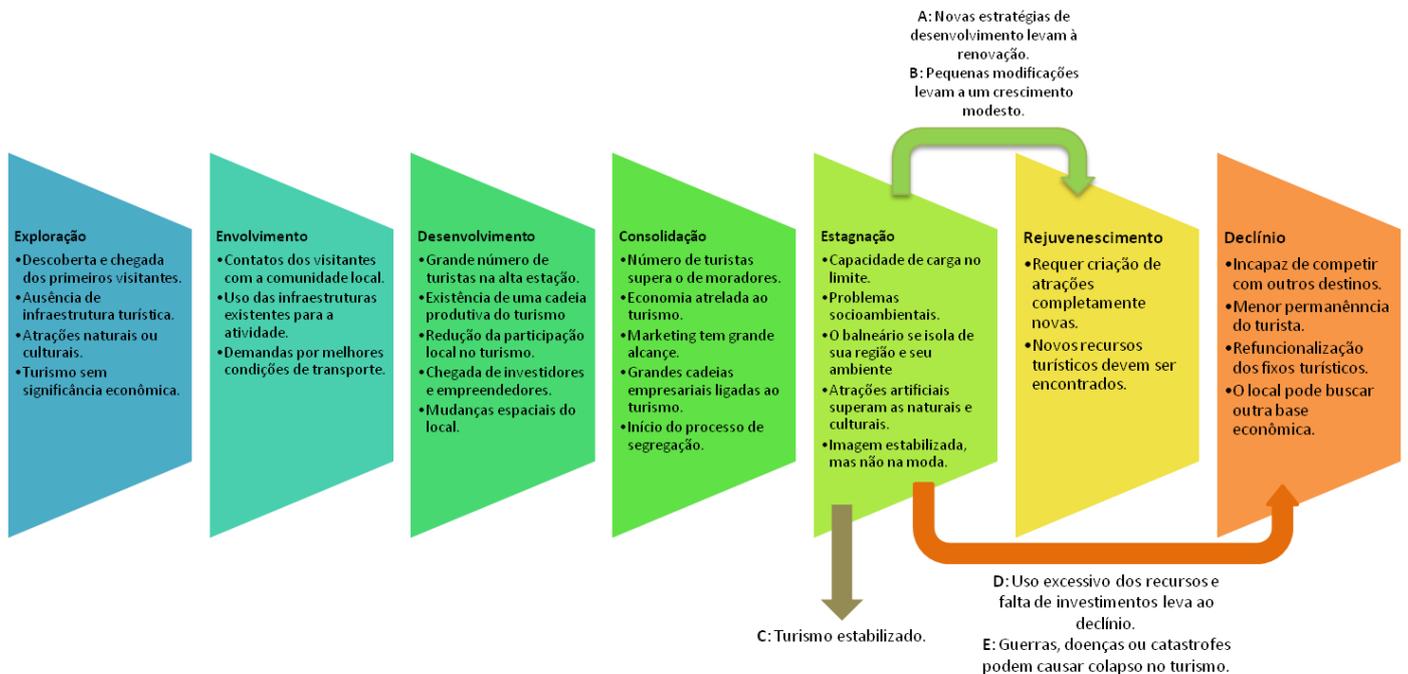
Logo, considera-se que as condições de fluidez efetivas e virtuais, de acordo com o conceituado por Santos e Silveira (2011), são fatores fundamentais na definição psicográfica dos destinos turísticos. Destinos dotados de infraestruturas de circulação bem desenvolvidas, em tese, passam ou já passaram pelo processo de dinamização econômica, ou seja, incorporação de características e fluxos de visitantes inseridos no espectro psicocêntrico.

Desta forma, os destinos passam a apresentar cada vez menos características aloccênicas ao passo em que são apropriados pelo turismo de massa, notadamente incluso na tipologia psicocêntrica. Porém, isto não significa dizer que todos os destinos turísticos abandonem completamente os elementos que os conceituam como aloccênicos.

E tal possibilidade se baseia na crítica sobre a abordagem de Butler (1980), que desenvolve o conceito de ciclo de vida de área turística (CVAT). Ao estabelecer a existência de seis (6) estágios no processo de desenvolvimento dos destinos

turísticos, o autor ressalta a existência de alguns cenários possíveis após um destino chegar à categoria de psicocêntrico, de acordo com a dinamização turística (gráfico 4).

Gráfico 4 – Ciclo de Vida de Área Turística (CVAT)



Fonte: BUTLER, 1980. Adaptação: CASTRO, 2019.

Assim, pode-se afirmar que as destinações, de acordo com o modelo de Butler (1980), sempre percorrem todos os estágios até a estagnação e partem daí, conseqüentemente para um dos cinco (5) resultados possíveis? Ao verificar as críticas estabelecidas sobre certos aspectos desconsiderados pelo autor, a resposta é não necessariamente.

De acordo com Piuchan (2018), há algumas inconsistências na teoria de Butler, as quais definem outras possibilidades para as destinações turísticas. Ao inferir sobre um único caminho comum às destinações turísticas, com cinco (5) resultados prováveis, Butler (1980) desconsidera as que as dinâmicas de algumas áreas turísticas, por diversos fatores e acontecimentos, podem simplesmente saltar determinados estágios do ciclo de vida de área turística.

E a crítica acontece porque, ao não definir períodos de tempo ou variáveis de mensuração para cada estágio, o autor não deixa clara as possibilidades de duração de cada um dos estágios existentes, não permitindo uma aplicação em todas as realidades de áreas turísticas (PIUCHAN, 2018). Assim como as dinâmicas

turísticas de algumas destinações podem percorrer todos os estágios e desembocar nas possibilidades existentes ao fim da curva de Butler, existem inúmeras outras que ignoram uma ou várias destas etapas durante o processo de dinamização turística.

Por exemplo, destinações "descobertas" por viajantes alocêntricos que, por ausência de boas condições de fluidez, permanecem durante décadas recebendo fluxos turísticos muito específicos, sem chegar sequer aos estágios de desenvolvimento ou consolidação. Ou ainda, cidades ou vilarejos escolhidos como locações de filmes, festivais e outros eventos, que sequer passam pelos estágios iniciais do CVAT.

São igualmente importantes neste contexto as considerações sobre aspectos como a análise de mercado sobre a sazonalidade e a modificação ou coexistência de segmentações turísticas. No caso da sazonalidade, é fundamental compreender que algumas destinações, mesmo em períodos de baixa estação, podem verificar formas de atrair a demanda necessária para manutenção das funções turísticas (PIUCHAN, 2018). Ainda que aqui se acredite que isto está intimamente ligado à disponibilidade de atrativos existentes.

Quanto às segmentações, não se pode negar que um mesmo destino pode ser apropriado, em períodos diferentes do ano ou de forma concomitante, por mais de uma segmentação turística. Assim, ao passo que os destinos brasileiros de sol e praia têm o verão como momento de maior demanda de turistas, isto não impede que a prática dos esportes náuticos se espacialize nestes meses iniciais do ano, se intensificando a partir de agosto.

Ainda, destinos turísticos de espectro essencialmente alocêntrico, como áreas isoladas voltadas ao segmento do turismo de charme, têm como característica principal a manutenção de pequenos fluxos ao longo de todo ano. E ao passo que esta segmentação turística perca força, outras poderão redinamizar turisticamente as áreas em questão.

Outra forma de compreender tais variações em termos de fluxo de visitantes e manutenção destes em diferentes escalas de espaço e tempo é entender que mesmo na baixa estação, pela manutenção das características alocêntricas e o menor fluxo de visitantes, uma destinação está passível de receber visitantes alocêntricos.

Mas onde o paraíso turístico se encaixa, quando tratado de acordo com a teoria de Butler (1980)? A ideia de paraíso, como discutido anteriormente, perpassa pela predominância de características naturais intocadas, além de pouquíssimo ou nenhum apelo turístico inicial. É necessário ainda considerar a inexistência de planejamento prévio, a diversidade de segmentações turísticas englobadas e as diversas possibilidades de renovação turística destes espaços, características a serem detalhadas mais à frente.

Quando se trata da zona costeira brasileira, mencionados elementos refletem-se na existência de campos de dunas, cordões de falésias, feições rochosas, relevo montanhoso ou lagunas, vegetação nativa preservada, poucas ou nenhuma edificação próxima à linha de costa, a possível existência de práticas marítimas tradicionais e relativa dificuldade de acesso ao destino, onde geralmente só é possível chegar por praia ou percorrendo estradas e trilhas muito precárias.

Notadamente, destinos litorâneos no estágio de exploração, de acordo com o CVAT, não possuem infraestrutura turística. Desta forma (e em tese), os estágios de descoberta e exploração turística destas destinações são notadamente realizados por viajantes alocêntricos.

Ao considerar a costa brasileira, são casos notáveis os balneários litorâneos de Jericoacoara (CE), Pipa (RN), Carneiros (PE), Maragogi (AL), Trancoso (BA), Ilha do Farol (RJ), Porto Belo (SC). Intitulados paraísos do turismo de sol e praia (e outros segmentos também) no país, mencionadas destinações possuem, para além da ambiência litorânea, outras características em comum.

Jericoacoara, a exemplo de outro importante destino cearense, Canoa Quebrada (Aracati/CE), tem os mochileiros como seus agentes iniciáticos de turistificação, ainda na década de 1970. Segundo Fonteles (2005, p. 49), Jericoacoara:

Por ser uma região de diversificados componentes paisagísticos e de ecossistemas culturalmente valorizados pela raridade deste arranjo espacial, a comunidade foi aos poucos sendo visitada por “batedores” de novas trilhas turísticas, já a partir dos anos 70. Estes visitantes eram caracterizados como “não institucionalizados: nômades - aqueles que procuram ambientes exóticos e diferentes” (COHEN, apud BARRETO, 1995: 27).

Estes, para chegar à mencionada praia, percorriam grandes distâncias por campo de duna (atualmente Parque Nacional de Jericoacoara) ou faixa de praia. E

ainda hoje o único acesso à vila se dá atravessando a unidade de conservação com veículos 4x4.

A praia de Pipa, no município de Tibau do Sul/RN, de acordo com Gonçalves (2014), tem processo de turistificação iniciado, na década de 1970, pelo mochileiro desejoso por paisagens naturais e pelo praticante de atividades náuticas, notadamente o surfe. Segundo a autora (GONÇALVES, 2014, p. 119):

O agente turistificador primário dessa localidade foi o turista, especificamente os surfistas, no decorrer da década de setenta do século XX, quando se verificava uma integração entre visitante e o residente, marcado por relações não-mercantis, nas quais os aventureiros se hospedavam nas casas dos pescadores e a área era totalmente territorializada pelos moradores locais.

E durante décadas, pela inexistência de acessos viários bem estruturados, visitantes e moradores recorriam aos caminhos de terra ou à faixa de praia para chegar ao balneário litorâneo de Pipa, o qual ficou isolada por anos até a implantação das rodovias de acesso.

Caso semelhante acontece com Praia dos Carneiros, pertencente ao município de Tamandaré/PE. Com processo de ocupação iniciado ainda na década de 1950, por investidores do setor turístico, os agentes catalisadores dos primeiros fluxos turísticos são mochileiros e surfistas, sobretudo a partir de 1970. Como infere Brandão (2013), mencionado balneário litorâneo se constitui como um destino de provável consolidação, sobretudo pela sua proximidade de Porto de Galinhas e de suas características relativamente preservadas.

Despontando para a espacialização da vilegiatura marítima entre as décadas de 1970 e 1990, como ressalta Firmino (2006), o balneário conserva características tradicionais, notadamente relativas às rugosidades remanescentes, associado ao considerável processo de ocupação litorânea.

Maragogi/AL, a exemplo dos balneários já citados, tem processo de turistificação pautado pelos turistas alocêntricos. *Backpackers* provenientes de outras partes do estado e de Pernambuco buscam, na década de 1970, as praias do município por cenários compostos por natureza preservada (LINS, 2017).

A ausência de infraestrutura, relativa tanto a hospedagens como a acessos, possibilitou que Maragogi mantivesse, até início dos anos 1980, a aura de praia virgem, com seus coqueirais, águas cristalinas e barreiras de corais a mostra de

quaisquer visitantes. Estes, segundo Lins (2017), recorriam aos moradores quando necessitados de acomodações e alimentação. Desta forma, o turista tinha forte contato com a comunidade de pescadores da localidade.

A comunidade de Trancoso, pertencente ao município baiano de Porto Seguro, permaneceu intocada por fluxos turísticos mais intensos até a década de 1970. Segundo Silva (2006), a construção do trecho Rio – Bahia da rodovia BR-101 foi fundamental na abertura do mencionado destino a fluxos mais intensos de visitantes.

Esta via de acesso torna-se uma das principais portas de entrada de visitantes, compostos por mochileiros, também chamados de *hippies*, desejosos por áreas isoladas do litoral brasileiro e contatos com as comunidades marítimas pesqueiras. Somente na década seguinte, Trancoso recebe os primeiros serviços turísticos de hospedagem e alimentação (SILVA, 2006).

O histórico de turistificação da Ilha do Farol se confunde com a dinamização da atividade em Cabo Frio, posto mencionado balneário atualmente pertencer ao município fluminense de Arraial do Cabo, distrito de Cabo Frio até 1985. De acordo com Costa (2018), os primeiros visitantes chegam a diversas partes do litoral de Cabo Frio na década de 1950.

Em busca de paisagens naturais da região, viajantes alocêntricos, notadamente mochileiros, destinam-se às diversas praias do distrito de Arraial do Cabo, recorrendo a trilhas e a barcos para chegar à Ilha do Farol (COSTA, 2018). Por tratar-se de Área de Proteção Ambiental (APA), as possibilidades de acesso e o tempo de visitação no balneário são restritos (PAULINO, 2016).

O município de Porto Belo/SC trata-se de uma península composta por diversas praias, em variados graus de dinamização turística. Inserido em região de colonização açoriana, mencionado balneário permanece turisticamente oculto até a década de 1960 (SÉCCA, 2004).

Em meados desta década inicia-se a chegada dos primeiros visitantes, através de vias secundárias de acesso e, sobretudo, através das trilhas abertas por caçadores e pescadores. A partir daí, veranistas e turistas, estes últimos em busca de novas áreas de pesca, chegam às praias do município pelos precários acessos

existentes (VERAS, 2007). O quadro 3 sintetiza as características e agentes de turistificação de cada um dos exemplos citados.

Quadro 3 – temporalidade e agentes da turistificação de balneários litorâneos no Brasil.

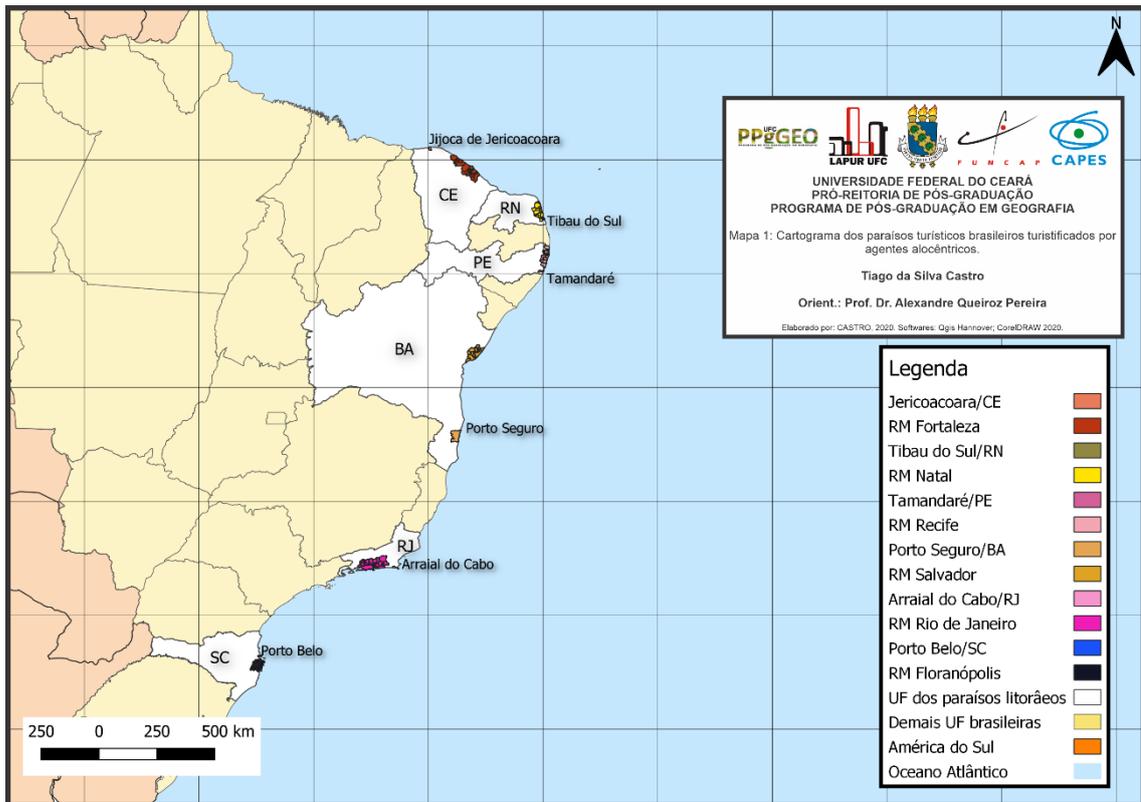
Balneário	Município	Início do processo de turistificação	Agentes de turistificação	Metropolitano ou Não Metropolitano	População do município (est. 2019)
Jericoacoara	Jijoca de Jericoacoara/CE	1970	Turistas (mochileiros)	Não Metropolitano	19.816
Pipa	Tibau do Sul/RN	1970	Turistas (mochileiros e surfistas)	Não Metropolitano	14.180
Carneiros	Tamandaré/PE	1950	Investidores (hotelaria); Turistas (mochileiros e surfistas)	Não Metropolitano	23.388
Maragogi	Maragogi/AL	1970	Turistas (mochileiros)	Não Metropolitano	32.704
Trancoso	Porto Seguro/BA	1970	Turistas (mochileiros)	Não Metropolitano	148.686
Ilha do Farol	Arraial do Cabo/RJ	1950	Turistas (mochileiros)	Não Metropolitano	30.349
Porto Belo	Porto Belo/SC	1960	Turistas (pescadores)	Não Metropolitano	21.388

Fonte: IBGE, 2019; FONTELES, 2005; GONÇALVES, 2014; BRANDÃO, 2013; FIRMINO, 2006; LINS, 2017; SILVA, 2006; COSTA, 2018; PAULINO, 2016; SÉCCA, 2004; VERAS, 2007. Elaboração: CASTRO, 2019.

De acordo com os casos ressaltados, é inegável que os viajantes alocêntricos sejam os principais agentes iniciáticos do processo de exploração turística dos paraísos litorâneos. Há ainda clara predominância de municípios e localidades não inseridos nas respectivas Regiões Metropolitanas estaduais, fato que pode ser relacionado à necessária presença das características naturais existentes nestes enquanto áreas relativamente distantes dos principais centros urbanos de suas respectivas unidades da federação.

Ainda, para não adentrar numa discussão sobre o que é o não-metropolitano e até onde se estendem as redes do processo de metropolização nas escalas nacional e global, há de se analisar que as destinações acima mencionadas são, por suas características sociais, naturais e culturais, aquilo que se pode conceituar como paraísos litorâneos acrescidos pela atividade turística. Assim, os seis (6) paraísos turísticos litorâneos brasileiros ressaltados no quadro anterior são mostrados no mapa 1.

Mapa 1 – cartograma dos paraísos turísticos brasileiros turistificados por agentes alocêntricos.



Outro fato predominante é a semelhança temporal da dinamização turística de cada um dos exemplos ressaltados: todos os balneários e municípios acima listados têm, considerando o CVAT, estágio de exploração iniciado entre as décadas de 1950 e 1970. E mencionada característica tem uma razão de cunho sociológico e cultural: o processo de criação do mochileiro e de suas concepções de mundo no século XX, pautados no ideário de relatar suas experiências e paisagens percebidas (de forma escrita ou oral), se confunde com as concepções dos viajantes românticos do século XVIII.

Para o mochileiro, a ideia de vagar pelos locais não mapeados é uma constante. Ao passo que este agente parte em busca de autoconhecimento, também foge daquilo que se é ou o que socialmente deveria ser. Desta forma, de acordo com Jesus (2018), a viagem para o mochileiro se torna uma passagem do profano ao sagrado.

A década de 1950 se constitui como momento focal para o entendimento desta questão. Nos Estados Unidos, o período pós-guerra representa a eficiência dos cidadãos, das formas urbanas e do modo de produção capitalista. Assim, o ideal de

êxito em vida socialmente aceito estava associado às conquistas materiais e pessoais (JESUS, 2018).

Mas a geração *beatnik* não estava preocupada com estas questões, sendo assim uma contracorrente que almejava bens que o dinheiro não poderia comprar. Neste caso, estes bens eram experiências fora de suas zonas de conforto, novas histórias e um sentido para suas vidas. Como ressalta Jesus (2018, p. 25), sobre as características das viagens dos mochileiros:

Percebo com essa Geração Beat uma inserção de viagens de aventura no imaginário jovem, no qual o viajante se propõe a viajar buscando adrenalina, tendo como estilo o imprevisível e a casualidade, por vezes destinos mais associados à natureza, e muitos tendo como busca um prazer interiorizado e individual. Esse perfil é o que mais sinto próximo do objeto de estudo deste trabalho: o mochileiro, que trataremos mais adiante.

Ainda, de acordo com Falcão (2016), o mochileiro tem a viagem como uma oportunidade de demonstrar heroísmo, recusando diversas das possibilidades de facilitação do percurso. E isto se constitui como forma de legitimação frente a um determinado grupo social como também em consequência de certa coerção.

Desta forma, a cultura do mochileiro adota tal posição por fatores sociais, econômicos, políticos e culturais. Socialmente, demandam com suas ações uma posição de grupo de indivíduos corajosos e dispostos a sair de suas zonas seguras cotidianas, enquanto economicamente buscam ressaltar a possibilidade de viajar e desfrutar de novas paisagens sem o mesmo poder aquisitivo (ou apenas os mesmos gastos) dos turistas convencionais.

Politicamente, valorizam e muitas vezes se associam as formas alternativas de resolução de problemas modernos, como a própria viagem como fuga do modo de vida urbano ou os métodos tradicionais de subsistência em relação à ineficiência do sistema econômico vigente. E culturalmente, mencionados agentes tem uma ligação não somente espacial com a viagem, mas também a consideram como parte de uma construção simbólica do que significa liberdade, descoberta e, inclusive, religiosidade.

Há ainda outras características que conferem ainda mais importância a este tipo de turista enquanto iniciador do processo de exploração turística de certas parcelas do litoral. É o que denota Aoqui (2005) ao ressaltar uma visão mercadológica da prática do mochilar, verificando que apesar destes parecerem menos rentáveis ao mercado turístico, são uma verdadeira fonte de recursos e ideias de captação destes.

Por características das viagens realizadas, os mochileiros gastam e fazem circular mais dinheiro que turistas convencionais. Consomem assim serviços e produtos básicos por mais tempo, em maior número de lugares e estabelecimentos, inclusive naqueles à margem do mercado, sendo fluxos de importantes para minimizar impactos da sazonalidade turística.

Tais agentes, por demandarem pouca qualificação nos produtos e serviços utilizados, possibilitam que estabelecimentos e pessoas sem qualificação turística participem da cadeia produtiva local. Os mochileiros são assim um mercado que consome produtos e serviços dos quais o turismo de massa nem sempre se aproxima. Ao realizarem isto, ressalta Aoqui (2005), multiplicam as possibilidades de inserção dos residentes na atividade turística.

E em geral, por utilizarem menor quantidade de recursos, impactam menos o meio ambiente local. Isto significa que ao preferirem meios de transporte alternativos (mesmo coletivos) e opções de hospedagem menos suntuosas como albergues, campings e casas de moradores, contribuem para menor consumo de combustíveis fósseis, energia elétrica e água (AOQUI, 2005).

Desta forma, mencionados agentes, ainda que menos numerosos que os turistas de massa na atualidade, são capazes de influenciar diversas práticas turísticas e, inclusive, formas de gestão dos territórios turistificados. Prova disto é a busca, mesmo após cerca de 50 anos do processo de apropriação turística, pela manutenção das características aloccêntricas predominantes nos balneários citados, desde a morfologia urbana aos recursos naturais existentes.

E referidas dinâmicas não se atém somente aos balneários litorâneos brasileiros, sendo também comuns em destinações internacionais descobertas por fluxos semelhantes. É o caso das ilhas de Bali, na Indonésia, de Goa, na Índia, de *Pukhet*, na Tailândia, de *Ambergris Caye*, em Belize, de *Jeffreys Bay*, na África do Sul, e *Nungwi*, na Tanzânia.

Sobre estes casos são importantes as análises de Tucker e Akama (2009), ao discutir se o turismo e os discursos envolvidos podem ser considerados como elementos de uma nova forma de pós-colonialismo. Mencionados autores, ao verificar o constante uso do termo "paraíso" na promoção turística de antigas colônias próximas aos trópicos, constatam que há uma recorrência de um pensamento

romântico sobre os moradores dos trópicos, reforçando assim o pensamento colonialista ocidental.

Desta forma é importante discutir em que medida o exótico e até os riscos procurados pelo turista alocêntrico não se tratam apenas de uma busca incessante pela apropriação de paisagens que destoam das paisagens cotidianas, mas ainda assim passíveis de serem mantidas sobre controle.

Bali, atualmente um dos principais pontos do turismo de massa no sudeste asiático, tem estágio de exploração iniciado na década de 1970 pelo turista alocêntrico, caso dos surfistas e mochileiros (*TRIPPING UNICORN SINGAPURE*, 2018). A partir daí, mediante ações estatais e publicidade, o turismo nas praias e templos da região tem crescido de tal forma, que a ilha principal do paraíso de "Comer, Rezar e Amar"²⁶ tem se tornado um verdadeiro pesadelo para os *backpackers*. A figura 14 ressalta a paisagem de Bali.

Figura 14 – Tanah Lot Temple, em Bali.



Fonte: *TRIPPING UNICORN SINGAPURE*, 2018.

Goa, na Índia, apesar de não ser cenário hollywoodiano, atualmente é outra importante destinação turística de sol e praia no sudeste asiático. A chegada dos mochileiros desejosos por aventuras, sobretudo provenientes de países ocidentais, acontece na década de 1960 (BREDA; COSTA, 2010).

Tais visitantes, ao descobrir Goa e suas características alocêntricas, realizavam práticas pouco convencionais. Conforme Newman (2016, p. 41):

²⁶ O filme, lançado em 2010, traz a busca da personagem de Julia Roberts por autoconhecimento e um dos cenários é a província de Ubud, repleta de terraços de rizicultura e templos hindus.

O seu nudismo, as drogas e a música chocaram a sensibilidade goesa. No entanto, embora a aparência de alguns povoados à beira-mar tenha mudado, a população local permaneceu no controle da atividade turística, e as estruturas socioeconômicas não se alteraram drasticamente. É o terceiro tipo de turismo que causou severos transtornos econômicos, sociais e culturais. Este é o mais recente turismo de massas envolvendo indivíduos ou grupos abastados que não querem se misturar muito ou nada à vida goesa – visitantes que se encasulam em hotéis luxuosos construídos em terras que outrora pertenciam aos povoados, servidos por antigos pescadores, “rendeiros” (trabalhadores extrativistas) ou agricultores, e abastecidos pelos “mais confiáveis” fornecedores de fora de Goa. A maior ironia disso tudo é que mesmo a propaganda oficial instiga as pessoas para visitarem Goa antes que seja tarde demais. Parece quase inevitável que a florescente infraestrutura turística irá se sobrepor e destruir o próprio lugar que os turistas vêm conhecer.

Quanto ao caso indiano, afirma-se que apesar de os mochileiros não serem os responsáveis pelos maiores impactos turísticos, suas práticas contribuem de duas formas para supressão das características alocêntricas: a permissividade atrai fluxos cada vez maiores, enquanto a simples existência destas faz com que números cada vez maiores de visitantes busquem menores contatos com os residentes, atraindo assim investidores, prestadores de serviço e fornecedores de produtos. A faixa de praia de Goa está presente na figura 15.

Figura 15 – faixa de praia em Goa, na Índia.



Fonte: *TRIPADVISOR*, 2019.

Outras importantes dinâmicas de apropriação turística por viajantes alocêntricos são referentes às ilhas tailandesas, mais especificamente o caso de

Phuket. De acordo com Lauzon (2009), na década de 1960 os fluxos de visitantes eram muito pequenos nas diversas ilhas da região, procuradas, sobretudo, por mochileiros de origem estrangeira que tinham suas necessidades básicas atendidas por moradores locais.

Ao longo das décadas seguintes, a dinâmica de turistificação da região cresceu de tal forma que as praias *Kata* e *Karon* foram completamente apropriadas por infraestruturas de empreendimentos hoteleiros e de serviços turísticos. Após estas, a quase deserta praia de *Patong*, tem processo de turistificação iniciado ao final da década de 1970, recebendo edifícios hoteleiros de grande porte, shoppings e franquias de *fast food* como *McDonald's*, *Starbucks* e *Haagen Daz* (LAUZON, 2009). O padrão de ocupação das praias de *Kata* e *Karon* pode ser verificado na figura 16.

Figura 16 – em *Phuket*, praias de *Karon* (acima), *Kata* (centro) e *Kata Noi* (abaixo).



Fonte: HOTELS.COM, 2019.

Saindo do continente asiático rumo ao eixo latino americano, tem-se *Ambergris Caye*, em Belize, como importante experiência de turistificação iniciada por visitantes alocêntricos. Em 1960, o ainda território britânico receitava fluxos de turistas compostos basicamente por mochileiros e *hippies*, interessados em visitar o destino, segundo reportagem da época, "ideal para turistas que desejam evitar multidões" (RAMSEY; EVERITT, 2008, p. 6).

Referidas propagandas e matérias sobre o "*El Dorado*" das Honduras Britânicas surtiram efeitos nas décadas seguintes, possibilitando que *Ambergris Caye* se tornasse o destino mais procurado da antiga colônia britânica, sobretudo a partir

de 1970, quando esta destinação, juntamente a *Caye Caulker*, se tornou importante ponto de mergulho, como demonstra a figura 17.

Figura 17 – ocupação de *Ambergris Caye* e as barreiras de corais.



Fonte: DMAGAZINE, 2017.

A praia sul africana de *Jeffrey's Bay*, carinhosamente apelidada de *J-Bay* pelos frequentadores, tem no surfe a motivação inicial de seus primeiros visitantes. Entre as décadas de 1960 e 1970, a destinação passa a ser frequentada por viajantes mochileiros e também por surfistas locais, interessados em suas grandes ondas e na tranquilidade da praia (POR DENTRO DA ÁFRICA, 2015).

Mencionado fato, ao longo das décadas seguintes, tomou grandes proporções ao atrair *longboarders* de várias partes do mundo para o destino considerado sagrado para o surfe mundial. Não à toa, o mesmo recebe anualmente o Festival Internacional de Surfe da *Billabong* e outros diversos circuitos, como o Mundial de Surfe.

Desta forma, *Jeffrey's Bay* torna-se uma das áreas urbanas à beira mar de crescimento mais acelerado na África do Sul, ainda buscando manter parte das características alocêntricas tão valorizadas em seu inicial processo de turistificação

(MERWE; SLABBERT; SAAYMAN, 2011). A figura 18 demonstra o processo de ocupação da zona costeira em *J-Bay*.

Figura 18 – urbanização e especulação em *Jeffrey's Bay*, África do Sul.



Fonte: PAM GOULDING PROPERTIES, s/d.

Como exemplo final, mas não menos importante na busca pela apreensão das características gerais do processo de turistificação iniciado por viajantes alocêntricos em parcelas litorâneas distantes dos grandes centros urbanos, tem-se a destinação de *Nungwi*, na Tanzânia.

Mencionado destino, atualmente um dos principais balneários de sol e praia da porção sul do continente africano, permanece até meados da década de 1970 como um vilarejo de pescadores e agricultores. Com a chegada dos primeiros mochileiros, ao final da mesma década, em busca das paisagens bucólicas de *Nungwi* e de contatos com os moradores e seus recursos de subsistência, há o exponencial crescimento do interesse de viajantes em conhecer o mencionado destino (FINKE, 2003).

De acordo com Ziddy (2013), a partir de 1980 a vila passa a receber bares, restaurantes, comércios, prestadores de serviços, hospedagens de alto padrão e intenso fluxo de visitantes em busca de práticas consideradas, pelo poder público e população local, inadequadas, como o caso do intenso consumo de álcool e turismo sexual.

Contudo, diversas características alocêntricas ainda são mantidas no espaço turístico do balneário, o que possibilita a manutenção da atratividade do destino na região. A figura 19 ressalta a paisagem de *Nungwi* e algumas das ocupações existentes.

Figura 19 – a praia de *Nungwi* e um dos hotéis locais.



Fonte: FACEBOOK, 2017.

Guardadas as particularidades naturais, sociais e culturais de cada um destes casos, e aqui se buscou abranger exemplos nas escalas nacional e global²⁷, constata-se assim que o mochileiro como importante representação do viajante alocêntrico de Plog (1973). Este é um agente fundamental para realização do estágio exploratório de turistificação dos lugares, sobretudo quando se trata de parcelas do litoral distantes dos grandes centros urbanos.

É possível verificar ainda que as práticas realizadas pelos mochileiros nos destinos visitados são o surfe, contemplação, pesca, mergulho e banhos de sol e mar. Outra característica comum aos destinos citados é a inexistência de outra segmentação turística anterior à chegada destes agentes, conferindo-os o papel iniciático sobre a prática turística nos mencionados casos.

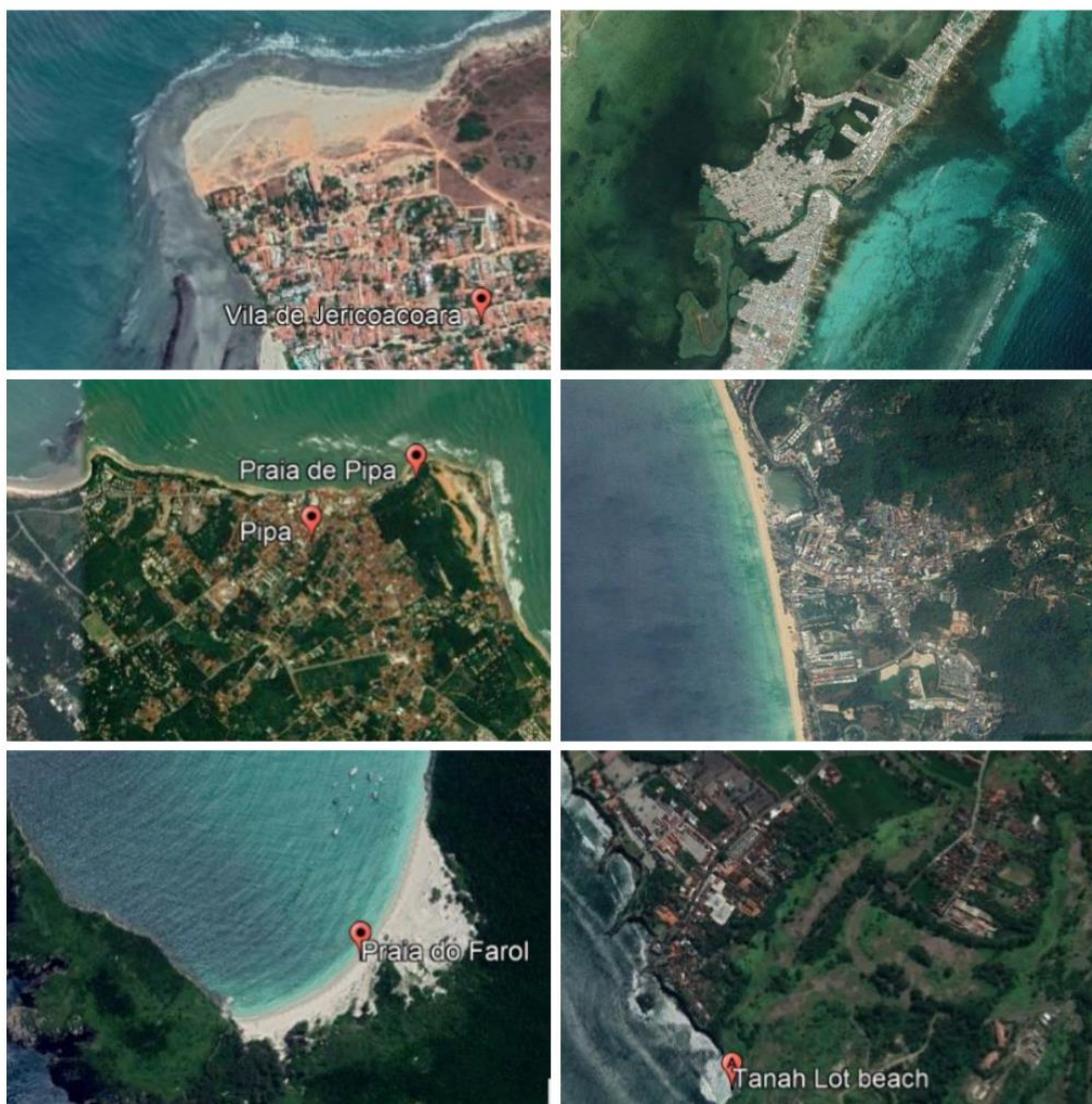
Outra consideração é a que se refere à localização destes balneários: todos encontram-se em países emergentes ou periféricos, o que os classifica, conforme

²⁷ E isto apenas para limitar o número de exemplos citados, o que significa que existem inúmeros outros que poderiam ser incluídos em ambas as escalas e que corroborariam ainda mais nas afirmações sobre a importância destes agentes na criação dos estereótipos do paraíso turístico.

Plog (2001), como destinos notadamente alocêntricos. Mas isto não significa dizer que não existam características e fluxos de visitantes psicocêntricos, até porque tais dinâmicas são atualmente notáveis²⁸.

Ainda, um importante elemento a ser notado é a mancha urbana dos mencionados paraísos litorâneos, os quais geralmente possuem padrões adensados em escala local, mas descontínuas em relação aos centros urbanos próximos. A figura 20 ressalta esta característica.

Figura 20 – Jericoacoara (Jijoca de Jericoacoara/CE), Ambergris Caye (Belize), Pipa (Tibaul do Sul/RN), Kata Beach (Phuket, Tailândia), Ilha do Farol (Arraial do Cabo/RJ) e Tanah Lot Beach (Bali, Indonésia).



Fonte: GOOGLE, 2021. Elaboração: CASTRO, 2020.

²⁸ Mesmo nos ambientes insulares, o avanço dos meios de transporte e a alocação de infraestrutura logística tornaram tais deslocamentos cada vez mais facilitados, e quando não o são, atendem a interesses estratégicos de controle e valorização territorial.

Mas alguns elementos aloccêntricos ainda são constatáveis e definem as paisagens e as imagens destas destinações, como o estado de preservação dos patrimônios naturais, a elaboração de políticas de gestão ambiental, o uso de instrumentos de controle de acesso, o padrão de ocupação horizontal²⁹ da orla, a existência de relações pré-capitalistas entre viajantes e moradores, as hospedagens de baixo custo, além da ainda perceptível presença, ainda que cada vez mais reduzida, de turistas aloccêntricos e respectivas práticas de lazer.

Assim, o mochileiro, costumeiramente chamado de *hippie* ou de *explorer*, torna-se o agente mais importante de turistificação destes balneários turísticos, pois mesmo não infraestruturando os destinos, atua na conformação da imagem turística e das características consideradas turisticamente atrativas. Funcionam assim como um *tester* ou um termômetro daquilo que, na atualidade, se convêm chamar de vocação turística dos lugares.

Concorda-se assim com Knafou (1996), quando este ressalta a importância do turista na descoberta das destinações. Entendendo a importância dos demais agentes, notadamente o estado e o mercado, os turistas são os responsáveis por consumir o espaço com fins de lazer, não necessitando, como ressaltado pelos casos expostos anteriormente, da existência do mercado na concepção dos lugares turísticos.

Atua assim na análise inicial, subjetiva e não influenciada pelo mercado, de lugares que se tornaram ou têm potencial para se tornar destinações turísticas de importância nacional e mesmo internacional. Mas, como citado anteriormente, a atuação deste tipo de turista não é durável no longo prazo, normalmente ampliando o alcance do turismo de massa.

Contudo este alcance não se realiza de forma súbita e, por vezes, necessita da atuação de outros agentes para que o processo de turistificação avance a outros estágios. Torna-se necessário, além de descobrir os pontos do território potencialmente turísticos, estruturá-los e institucionalizar suas funções terciárias, possibilitando assim a alocação da atividade e a produção do espaço e das imagens atrativas que lhe forem convenientes.

²⁹ Ao analisar os perfis de ocupação da orla de acordo com o Projeto Orla (2002), Pereira (2012) descreve as características destes padrões de ocupação urbana na zona costeira.

Mencionados agentes são capazes de expandir o raio de alcance e, inclusive, ressignificar as imagens turísticas dos balneários litorâneos, notadamente os casos das cadeias produtivas locais, dos *tour operators* e do poder público, responsáveis por elaborar os discursos capazes de conferir a importante carga turística aos paraísos litorâneos e inserir importantes sistemas técnicos na constituição da rede de territórios turísticos.

3.2 Discurso e planejamento na venda do paraíso turístico

Retornando ao pensamento de Knafou (1996), é inegável a importância com as quais mercado e Estado atuam na consolidação de destinações turísticas, mas nos casos ressaltados no tópico anterior (tanto nos casos brasileiros como internacionais), a chegada dos visitantes alocêntricos e as práticas associadas a estes pautam as décadas iniciais da atividade turística e as imagens relacionadas até a atualidade.

De acordo com Castro (2016), é necessário compreender que o turismo existe não somente como prática social de viajantes, mas também como atividade econômica e, indubitavelmente, demanda a atuação do mercado. Não existe assim um território turístico consolidado sem existência de uma cadeia produtiva, mais ou menos estabelecida em termos de prestação de serviços e comércio.

Outra questão fundamental é que não existem experiências de turismo integralmente baseadas na iniciativa estatal, o que confere ainda mais importância à participação do mercado como incrementador da cadeia produtiva e dos visitantes como clientes e termômetro da dinâmica turística dos destinos.

Torna-se mister entender ainda, em relação ao modelo de Butler (1980), que o CVAT não torna clara uma determinante fundamental na institucionalização de destinações turísticas: a atuação estatal na inserção de infraestrutura logística e turística, bem como a criação de discursos importantíssimos para a unissetorização das economias costeiras, fatos presentes no estágio de desenvolvimento.

As chegadas dos primeiros visitantes aos paraísos turísticos litorâneos criam demandas por serviços e produtos, notadamente de hospedagem e de alimentação, os quais, diante da inexistência de uma cadeia produtiva turística local, acabam por serem minimamente atendidas pelos residentes.

Já se constatou aqui, de acordo com os tópicos anteriores, que é muito comum que moradores forneçam, sobretudo durante os primeiros anos da chegada de visitantes aloccêntricos, hospedagens em troca de pequenos valores ou dias de trabalho. Da mesma forma, fornece-se a alimentação para visitantes desejosos pelas zonas de praia.

Mencionadas trocas, vistas como um tipo específico de escambo ou permuta entre hospedagem e trabalho, ainda existem, e são comuns em albergues, *campings* e pousadas rústicas. Em novos formatos, mais atuais e burocratizados, mencionado mecanismo é constantemente acionado nas relações entre hospedagens e produtores de conteúdo.

No entanto, interessa aqui compreender a função das determinadas formas de prestação de serviços e atuação dos residentes e empreendedores na construção das imagens turísticas dos paraísos litorâneos, o que suscita breve análise das raízes históricas do turismo como atividade econômica, suas motivações e discursos.

Urry (1996), faz importante afirmação quanto à prestação de serviços aos visitantes do litoral inglês. Na Grã-Bretanha do século XIX, de acordo com o autor, as instalações utilizadas na realização dos banhos de mar nas áreas costeiras eram fornecidas espontaneamente por pescadores e sitiantes de balneários como *Blackpool* e *Southport*.

Mesmo tratando-se dos primórdios do turismo de massa na Inglaterra das viagens ferroviárias de férias (e de viajantes bem diferentes dos *backpackers* do século XX), a inserção da atividade turística acontece, em diversas paragens, através da alocação espontânea de empreendimentos voltados ao atendimento das demandas dos visitantes.

A iniciativa dos residentes das zonas de praia por atender as demandas dos visitantes não partia somente do interesse comercial, apesar deste motivo verificar crescimento desde o século XIII. Há, inicialmente, o dever cristão de oferecer teto e comida aos viajantes desamparados, o que corrobora ainda para a consolidação da busca pelo paraíso litorâneo em meados do século XX (CNC, 2005).

Uma segunda questão referente à abertura das portas das residências e servimento de comida para viajantes era o prestígio adquirido pelos anfitriões diante da sociedade local por receber pessoas de fora, fossem estas parentes ou não, a

trazer notícias sobre outras paragens ou negociações materiais, políticas e religiosas (CNC, 2005).

Há ainda que considerar os níveis de turistificação litorânea existente nos paraísos litorâneos nos países de desenvolvimento tardio, notadamente encaixados, até final do século XX, no espectro de destinações aloccêntricas. Diante da ocupação exclusiva por comunidades marítimas, pautadas na agricultura de subsistência, coleta e pesca, não haviam infraestruturas voltadas a fins comerciais de hospedagem e alimentação de turistas.

No Brasil, mencionado processo foi ainda mais abrangente e duradouro, sobretudo em virtude dos costumes e da hospitalidade portugueses com forte apego aos preceitos cristão da caridade. Assim, viajantes que se aventuravam além dos limites periurbanos encontravam salvação, teto e comida em áreas praticamente intocadas por qualquer tipologia de planejamento.

No que tange ao caráter das comunidades marítimas pesqueiras, como afirma Lima (2002), estas estão fortemente associadas aos costumes e práticas indígenas que se realizam na terra e no mar. São assim subsistentes em relação à diversos recursos necessários à vida, morando defronte ou em áreas contíguas às zonas de praia.

Desta forma, nas praias das ilhas tailandesas, na sul-africana *J-Bay*, ou nos paraísos brasileiros, são as ações das comunidades marítimas que criam os primeiros arremedos de serviços turísticos, oferecendo estadia e alimentação em relações não mercantis. Esta afirmação é ainda mais relevante no que tange ao caso do litoral brasileiro, como constata Castro (2016) e Pereira (2012), ao analisarem as relações entre turistas e residentes das localidades litorâneas cearenses durante meados do século XX.

Como verificado nos relatos anteriores sobre as realidades paradisíacas nas paragens litorâneas internacionais e nacionais, se verificam ao menos três cenários possíveis na constituição de um setor terciário turístico a partir de 1950:

- Com a chegada dos primeiros turistas aloccêntricos, residentes concedem hospedagem e alimentação gratuitamente; com a ampliação dos turistas e chegada dos psicocêntricos, os residentes melhoram seus serviços e iniciam a cobrança por estes; há chegada de empreendedores externos,

processo de incorporação fundiária e aquisição de imóveis locais, criando uma cadeia produtiva com presença de investidores locais e externos.

- Com a chegada dos turistas aloccêntricos, residentes concedem hospedagem e alimentação gratuitamente por anos; alguns visitantes (alocêntricos e psicocêntricos) verificam o potencial local e investem na aquisição de imóveis; cria-se uma cadeia produtiva onde os investidores externos detém maior parte dos equipamentos, enquanto poucos residentes são proprietários de negócios turísticos.
- Com a chegada dos primeiros turistas psicocêntricos, agentes influentes na escala local criam equipamentos turísticos (barracas, restaurantes) que funcionam como âncoras para outros empreendedores locais e externos; muitos residentes comercializam seus imóveis e terrenos e passam a morar em áreas contíguas ou centros urbanos mais distantes.

Em geral os paraísos turísticos têm os respectivos processos históricos de turistificação mais alinhados aos dois primeiros cenários, nos quais os visitantes aloccêntricos são os precursores da prática turística e os serviços prestados por moradores constituem-se como cerne do que se pode chamar de cadeia produtiva local, apesar de carecer de qualquer diversificação de produtos e qualificação profissional.

Sobre estes casos, Castro (2016) ressalta que é muito comum que apenas moradores locais com consideráveis reservas de terras e/ou capital tenham conseguido constituir-se como empreendedores locais a partir de 1950 e sobretudo após 1970, notadamente proprietários de mercadinhos, restaurantes, barracas de praia e pousadas.

No entanto, o mesmo autor ressalta que esta dinâmica, quando não acompanhada por ações de planejamento estatal com foco na qualificação dos serviços e da mão-de-obra turísticos³⁰, tende a prejudicar as horizontalidades diante da chegada de empreendedores alóctones. Desta forma, é muito comum a constituição de empreendimentos sem qualificação para atender as demandas dos

³⁰ Que de fato só vão materializar-se, no Brasil, a partir de 1970 e com maior efetividade em 1990, após o estabelecimento da Política Nacional de Turismo de 1992.

turistas psicocêntricos, sem os cuidados necessários de higiene e sem a possibilidade de realizar investimentos em melhorias (CASTRO, 2016).

A chegada dos turistas torna a hospitalidade uma questão de honra e, posteriormente, um negócio, como afirma Krippendorf (2003). Contudo, a chegada da prática turística não demanda apenas a existência do sítio turístico, mas também de uma cadeia produtiva que tenha pelo menos a mesma escala de valores dos turistas e que ocasione a atuação dos promotores, não importando o que a população autóctone almeja da atividade.

A chegada dos visitantes, sobretudo em locais onde não há nenhuma infraestrutura ou mesmo equipamentos turísticos parece assim uma ótima oportunidade para os residentes comercializarem as paisagens juntamente a alimentos, bebidas e hospedagem. Contudo, apenas uma pequena parcela de fato aproveita este momento, o que Krippendorf (2003) chama de “os mais espertos, os mais hábeis, a nata”.

Assim, a criação de uma cadeia produtiva turística nos paraísos litorâneos deve, necessariamente, atender às demandas dos visitantes psicocêntricos, como atendiam no ato da chegada dos primeiros turistas aloccêntricos. E isto não significa dizer que os residentes devem curvar-se às vontades dos recém chegados turistas, mas que a regra mercadológica do Modo de Produção Capitalista (MPC) é a de produzir o que se pode vender ou criar o discurso de convencimento social sobre existência de uma demanda para então disponibilizar um produto que a atenda (KRIPPENDORF, 2003).

O contrário do referido processo, ou seja, a adaptação do turista ao que efetivamente existe na destinação, pode até existir. Mas isto acontece de maneira ínfima e apenas numa pequena parcela das segmentações turísticas, sendo estes um dos motivos pelos quais estas não são representantes do turismo de massa, como é o caso do turismo comunitário, do turismo macabro, do turismo de risco, do turismo rural, do turismo indígena, e dentre outros.

Há ainda outra questão a ser considerada antes de compreender o paraíso turístico como empreendimento, que são as diversas determinantes para o estabelecimento da cadeia produtiva turística e para a inserção do planejamento turístico. De acordo com o que afirma Krippendorf (2003), há uma predominância

clara da dimensão econômica na aceitação dos autóctones em relação à atividade turística.

Constituem-se assim, de acordo com o autor, pelo menos cinco (5) categorias de grupos sociais locais que veem a prática e a atividade de formas bem diferentes, casos dos profissionais atuantes no setor, dos autóctones proprietários de empreendimentos, dos residentes que não atuam apenas no setor, dos autóctones que não tem qualquer ligação direta com o setor e, por último, os gestores da atividade na escala em questão. O quadro 4 demonstra a opinião de cada um dos referidos grupos.

Quadro 4 – opinião dos autóctones diante da chegada do turismo.

Grupos	Representantes	Opinião sobre a atividade	Motivação econômica
Profissionais do setor	Mão de obra de hotéis, restaurantes, serviços de transportes, atividades de lazer.	O turista é bem-vindo pois a chegada deste cria trabalho e renda, mas não há alegria em servir, somente incentivo financeiro.	Salário
Autóctones empreendedores	Proprietários de empreendimentos.	O turismo é uma atividade puramente comercial e deve gerar lucro.	Capital
Residentes não dependentes do setor	Produtores agrícolas e pescadores que apenas complementam a renda com o turismo.	O turismo é uma possibilidade de complementar a renda mas os turistas causam muitos inconvenientes.	Renda complementar
Autóctones sem qualquer ligação com o setor	Residentes de áreas distantes dos espaços de fluidez turística ou que nunca atuaram no setor.	O turismo existe e eles são indiferentes a isto.	Nenhuma
Gestores da atividade	Poder público municipal e técnicos que atuam no setor.	O turismo pode desenvolver os níveis socioeconômicos locais por chegada de turistas e investidores.	Divisas e impostos

Fonte: KRIPPENDORF, 2003. Elaboração: CASTRO, 2020.

Diante do exposto, não é de se estranhar que as políticas de planejamento turístico existentes a partir dos anos 1990, no Brasil, mantenham o alinhado discurso sobre a geração contínua de postos de trabalho e as inúmeras possibilidades de aquisição de renda por parte das populações dos destinos receptores, como discute Castro (2016).

Ao abordar os discursos e as ações referentes ao planejamento setorial incidente no Nordeste brasileiro, o autor constata que as promessas de emprego e

renda se constituem como realidades bastante questionáveis, posto a região possuir as menores médias nacionais de permanência dos trabalhadores em postos de trabalho e de salários concedidos à mão-de-obra nas atividades do setor de turismo (CASTRO, 2016).

Mas, para além de convencer os residentes a receber o turista, alguns destes grupos sociais autóctones devem atuar também na criação de discurso favorável ao convencimento do turista psicocêntrico, criando assim uma consciência coletiva sobre a necessidade de viajar e conhecer aquilo que se considera excepcional, belo e até paradisíaco.

É no último quartel do século XX que a cadeia produtiva local dos paraísos turísticos se torna interlocutora dos valores socialmente aceites para qualificar espaços voltados ao descanso, tranquilidade, liberação dos desejos reprimidos pela sociedade urbana e busca por autoconhecimento, papel exercido sobretudo pelos empreendedores e por gestores locais.

Assim, a cadeia produtiva do turismo e os promotores da atividade adotam uma estratégia que busca se distanciar do real, como denota Krippendorf (2003, p. 40):

A situação não poderia ser mais favorável aos vendedores de férias e aos promotores do turismo: os fatores sociais já evocados criaram, de antemão, o clima propício à viagem. Não se pergunta mais se o desejo real seria, na verdade, consumir o tempo disponível sob forma de viagem. Pergunta-se menos ainda sobre as implicações de uma viagem dos turistas sobre o meio ambiente. Tudo o que os vendedores de turismo têm que fazer é entrar na dança com suas ofertas concretas para despertar a vontade de viajar e convencer os últimos hesitantes de que as férias a “X” ou a viagem a “Y” seriam a consagração dos seus sonhos. O turismo? Um prazer merecido, sem problemas, inofensivo, o lado ensolarado da rua.

Não se trata então de elaborar frases ressaltando o que é real, mas de revestir o que se considera atrativo nas destinações com uma áurea idílica, utópica ou mesmo fantasiosa. Assim, os promotores e empreendedores das cadeias produtivas locais do turismo seguem regras de publicidade que não precisam ter grandes compromissos com a realidade da viagem, mas tem a obrigação de mexer com a imaginação dos prováveis viajantes.

E essas regras de publicidade, entre as décadas de 1970 e 1990, já indicavam o acionamento textual e visual de valores largamente aceites pela

sociedade, casos do azul puro do oceano, da areia completamente branca, da tranquilidade inabalável, bronzeamentos incessantes, aldeias coloridas à beira mar, animais selvagens que não ultrapassam os limites da natureza, céu sem nuvens, paisagens virgens, aventuras intermináveis numa única viagem e a constante ligação com o edênico (KRIPPENDORF, 2003).

Sobre citados acionamentos das características excepcionais do paradisíaco litorâneo, Aragão (2006) denota que o uso do texto é fundamental para direcionar o olhar do turista, mesmo que seja diante de um folder de promoção de destinação. Assim, a publicidade amplia o alcance das imagens turística dos destinos, enquanto o *marketing* transforma estas imagens fotográficas em produtos (ARAGÃO, 2006).

Evocam-se assim os destinos turísticos e as respectivas características notáveis através de metas de vida, sonhos a serem concretizados, bens de consumo imprescindíveis para realização pessoal, contatos com o sublime e, como denotado anteriormente, alcance de um patamar social elevado, quase heroico e honrado.

Mas ao contrário do que Krippendorf (2003) ressalta, esse cenário turístico paradisíaco não se dá em cor de rosa, como se coloriam os anúncios de bens de consumo da década de 1970.

O anúncio turístico do final do século XX se dá em cores fortes, sobretudo em tons saturados de azul, amarelo, laranja e verde. É desta forma que a atenção do espectador de folhetos, *outdoors*, anúncios de jornal e placas é apreendida para o turismo de sol e praia.

A cor azul faz clara referência ao mar e ao céu, enquanto os tons de amarelo destacam a areia e o sol. A cor laranja distribui-se no pôr-do-sol e nos tons de pele, sobretudo das mulheres, e os detalhes esverdeados enfeitam as águas oceânicas, também colorindo os coqueirais.

É assim que os elementos primordiais do turismo de sol e praia (5S - *sea, sun, sand, sex e sangria*)³¹ são transmitidos com ares exóticos. A figura 21 mostra um

³¹ Walton (2009) atualiza o modelo turístico dos 4S, tendo como elementos sol, mar, areia e sexo. O álcool (sangria) é elemento complementar, que também pode vir acompanhado dos esportes (*sports*).

dos exemplos que serão abordados sobre a publicidade turística iniciado em meados do século XX.

Figura 21 – cartaz de promoção turística de Cuba em 1950.



Fonte: VANITY FAIR, 2016.

O folder acima dá o tom do que serão as promoções turísticas a partir de 1950, utilizando cores que denotam as características naturais e sociais dos destinos a serem visitados. No caso de Cuba, há notável tendência em ressaltar, mesmo que através de desenhos, atrativos existentes em destinos nacionais como a cidade de Havana e o balneário litorâneo de Varadero. Chama-se ainda atenção para a característica insular do país, sendo assim chamado de “a mais adorável terra que os olhos humanos já viram”.

O mesmo se repete diante de diversas outras destinações localizadas nas zonas tropicais como são os casos das ilhas do Havaí, Taiti, Ilhas Virgens, do golfo do México e da Jamaica. Permanecem em foco as paisagens das praias, os serviços diferenciados e os elementos de denotam o aspecto idílico dos espaços litorâneos.

E há ainda adoção de novos elementos e estratégias aos discursos textuais adotados, que é o caso da conformação da “vocação turística dos lugares” (DANTAS, 2009). A figura 22 ressalta a adoção destes elementos na publicidade turística de uma importante cadeia de hotéis no Hava .

Figura 22 – cartaz de 1960 do *Ilikai Western Hotel* de *Waikiki*, Havaí.

We're lots more than just rooms.

Even though we've got the largest rooms in Waikiki, there's lots more to us than that. For example, we're the only hotel in Waikiki with tennis courts. (You don't have to wander all over town looking for a place to play.) We're on the yacht harbor, too. (Come by sea if you wish.) The Ilikai also offers four distinct

restaurants. Pick a cuisine and we've got it. Swim in our two fresh water swimming pools. Or putt around the putting green. Something else: We're right in Waikiki, so you'll find all the action you want. The Ilikai. We offer you everything you've come to expect from

Western International Hotels. For individual reservations call toll free (800) 228-3000 or contact your travel agent.

In Hawaii it's
The ILIKAI
 WESTERN INTERNATIONAL HOTELS
 Partners in travel with United Airlines

Fonte: FLASHBAK, 2014.

Ao oferecer mais que acomodações, o *folder* do *Ilikai Western Hotel* ressalta também que o da hospedagem no Havaí pode envolver também jogos de golfe e tênis, chegadas luxuosas em iates particulares e usufruto de quatro restaurantes próprios. É assim, com exibição em larga escala da figura feminina, que o empreendimento “oferece tudo que você espera”, abrindo assim muitas possibilidades aos hóspedes.

A saturação das cores, o apelo ao luxo e a ideia de exclusividade têm primazia no mencionado cartaz, mostrando apenas indivíduos isolados nas quadras de tênis, campos de golfe e piscina. Os aspectos de iluminação remetem ainda ao controle ambiental apurado, onde os hóspedes conseguem ver amplamente as

acomodações, ainda que a privacidade seja algo fundamental (STÉDILE, 2018). Outro exemplo de propaganda de empreendimento havaiano está presente na figura 23.

Figura 23 - cartaz de 1960 do Sheraton em *Waikiki*.

In **HAWAII**
SHERATON
HOTELS

ON THE BEACH AT WAIKIKI
*you'll find the fabled things that
Polynesian dreams are made of
— sun, surf, majestic Diamond Head
and that impossibly blue Pacific.*

PRINCESS KAIULANI
THE SURF RIDER
THE MOANA
ROYAL HAWAIIAN

THE COLOR, THE GLAMOR, THE EXCITEMENT of a vacation at romantic Waikiki Beach are now all yours — against a background of the luxury, comfort and friendly service that Sheraton Hotels provide. Now open: two new Sheraton additions at Waikiki Beach — the **Royal Manor** and the **Diamond Head Wing** of the Princess Kaiulani. For reservations, contact your nearest Sheraton Hotel or travel agent.

The Diners' Club card honored for all hotel services. Sheraton Corporation Shares are listed on the New York Stock Exchange.

For Reservations by the new 4-Discord Reservation or Direct-Line Teletype call your nearest Sheraton Hotel

EAST
NEW YORK
Park Sheraton
Sheraton-East
(The Ambassador)
Sheraton-Albany
Sheraton-Russell
BOSTON
Sheraton-Plaza
WASHINGTON
Sheraton-Carlton
Sheraton-Park
PITTSBURGH
Park Sheraton
BALTIMORE
Sheraton-Balvedere
Sheraton-Baltimore Inn
opens Fall 1960
PHILADELPHIA
Sheraton Hotel
PROVIDENCE
Sheraton-Billings
SPRINGFIELD, Mass.
Sheraton-Kimball
ALBANY
Sheraton-Ten Eyck
ROCHESTER
Sheraton Hotel
BUFFALO
Sheraton Hotel
SYRACUSE
Sheraton-Syracuse Inn
BINGHAMTON, N. Y.
Sheraton Inn

MIDWEST
CHICAGO
Sheraton-Blackstone
Sheraton-Lowers
DETROIT
Sheraton-Cadillac
CLEVELAND
Sheraton-Cleveland
CINCINNATI
Sheraton-Gibson
ST. LOUIS
Sheraton-Jefferson
OMAHA
Sheraton-Fosterelle
AKRON
Sheraton Hotel
INDIANAPOLIS
Sheraton-Lenoir
FRENCH LICK, Ind.
French Lick Sheraton
RAPID CITY, S. D.
Sheraton-Johnson
SIOUX CITY, Iowa
Sheraton-Martin
SIOUX FALLS, S. D.
Sheraton-Carpenter
Sheraton-Cathedral
CEDAR RAPIDS, Iowa
Sheraton-Monroe

SOUTH
LOUISVILLE
Sheraton Hotel
The Walfordson
DALLAS
Sheraton-Dallas
NEW ORLEANS
Sheraton-Charis
(Summer Only)
MOBILE, Alabama
Sheraton-Battle House

WEST
SAN FRANCISCO
Sheraton-Palace
LOS ANGELES
Sheraton-West
PASADENA
Huntington Sheraton
PORTLAND, Oregon
Sheraton-Portland Hotel

HAWAII
HONOLULU
Royal Hawaiian
Princess Kaiulani
Moana
Surftender

CANADA
MONTREAL
Sheraton-Mt. Royal
The Laurentien

TORONTO
King Edward Sheraton
NIAGARA FALLS, Ont.
Sheraton-Brick
HAMILTON, Ont.
Sheraton-Connaught

OVERSEAS
ISRAEL
Tel Aviv
Sheraton-Tel Aviv
opens January, 1961

Fonte: CLICKAMERICANA, 2020.

O cartaz do Hotel Sheraton é convidativo ao afirmar, abaixo do nome, que o visitante irá encontrar as coisas fabulosas das quais os sonhos polinésios são feitos, citando o sol, o surfe, o cone vulcânico *Diamond Head* e o impossível azul do Pacífico. Utilizando cores, desenhos e flores características dos colares entregues aos turistas, o anúncio ressalta a importância do patrimônio natural local.

Textualmente o *folder* ainda denota que as melhores características existentes na praia de *Waikiki* são, daquele momento em diante, todas dos turistas, sobretudo a cor, o glamour e a excitação num plano de fundo de luxo, conforto e serviço amistoso que o empreendimento afirma ser próprio dos Hotéis Sheraton.

Os dois últimos cartazes revelam também uma importante condição para a realização das viagens turísticas rumo aos paraísos litorâneos mais distantes, que é a atuação global dos *tour operators*. Caracterizados pelos agenciadores de viagem, companhias aéreas, cadeias hoteleiras e serviços de cruzeiros, de acordo com Debbage e Gallaway (2009), estes operadores turísticos são responsáveis pelo alcance global das grandes redes, alocando investimentos onde for possível a geração de lucro.

Ainda, segundo Urry (1990), os operadores incorporam os papéis de pais temporários dos turistas, inserindo-os num pseudoparaíso que conta com comodidades especialmente pensadas. Há ainda outro aspecto denotado pelo autor, que fica claro no último cartaz: o recorte sobre a área verde do *Kapi'olani Regional Park* denota a interrupção do olhar do turista para a área que é ocupada pela população autóctone de Oahu, direcionando-o para o que é efetivamente turístico e passível de contemplação, ou seja, o litoral.

Uma última característica importante a ser ressaltada diante dos cartazes expostos acima é a produção artística destes, suscitando a carga imagética dos significados buscados. Sobre isto, Lazutina *et al* (2016) ressaltam que, independentemente de gêneros e estilos, o simbolismo sempre estará presente na criação artística e isto é fundamental para entender o conteúdo dos signos criados são cumulativos ao longo da história da arte.

Assim, escolher o que mostrar, como mostrar e, sobretudo, o que não mostrar, têm rebatimentos consideráveis em como os consumidores e turistas irão agir diante dos anúncios e dos discursos turísticos. Aplicar imagética a uma peça de publicidade significa então incluir, nas entrelinhas e imagens (ou linguagem não-oral), um significado que aparece nas conseqüentes ações dos interlocutores.

Desta forma, seja no cartaz de uma Cuba Socialista ou do Havaí povoado por americanos, a ideia do verde intocado, das culturalidades valorosas e da existência de certo luxo restrito está expressa nos desenhos divulgados, por mais que

o turista em potencial apenas sinta o desejo de simplesmente viajar e ter estas experiências. A figura 24 denota um dos cartazes promovidos sobre o arquipélago de Bermuda.

Figura 24 – cartaz de 1970 sobre Bermuda.

"Bermuda is being discovered right now by young people."

Alison Hubby on her ninth visit to Bermuda.

"If you put a smile on your face, you're bound to meet people. On the beach, the tennis court, anywhere."

"It's peaceful, relaxing and terribly, terribly friendly."

"There are a lot of private parties and the little pubs are great fun."

Bermuda
Unspoiled. Unhurried. Uncommon.

See your travel agent or write Bermuda, Dept. T-20-C,
610 Fifth Avenue, N.Y., N.Y. 10020 or 711 Statler Office Bldg., Boston, Mass. 02216

Fonte: FLASHBAK, 2014.

O *folder*, em seu texto principal, cita que a viagem à Bermuda não é para pessoas de idade, famílias, mas sim para jovens. E estes jovens estariam descobrindo o local, povoando-o com claras intenções de relacionar-se com outras pessoas, bastando assim “colocar um sorriso no rosto”. O local é, de acordo com a comunicação, relaxante e terrivelmente amigável, onde é possível conhecer pessoas em festas, bares ou na quadra de tênis³².

A análise encerra com a constatação sobre a nona visita de Alison Hubby à ilha para realizar um mergulho de *snorkel*. A destinação ganha assim as características notáveis de ser intocada, não necessitar de pressa, e ser incomum. E mencionadas qualificações não são restritas à Bermuda, sendo muito comuns às diversas destinações costeiras caribenhas e mesmo do hemisfério sul.

De acordo com Daye (2005, p.20), sobre descrições de características de viagens a estas destinações tropicais:

É claro que este escritor (ao relatar viagem a *St. Kitts*, nas Índias Ocidentais Britânicas) ativamente busca significados que constroem as estereotipadas imagens costeiras do Caribe. Assim, a paisagem é remodelada para se adequar e corresponder às principais motivações da experiência de viagem. Na busca por apresentar "boas experiências de férias" que irão garantir a satisfação, a construção ativa e a remodelação de paisagens são realizadas para atender expectativas estereotipadas de pacotes do mercado de massa (grifo nosso).

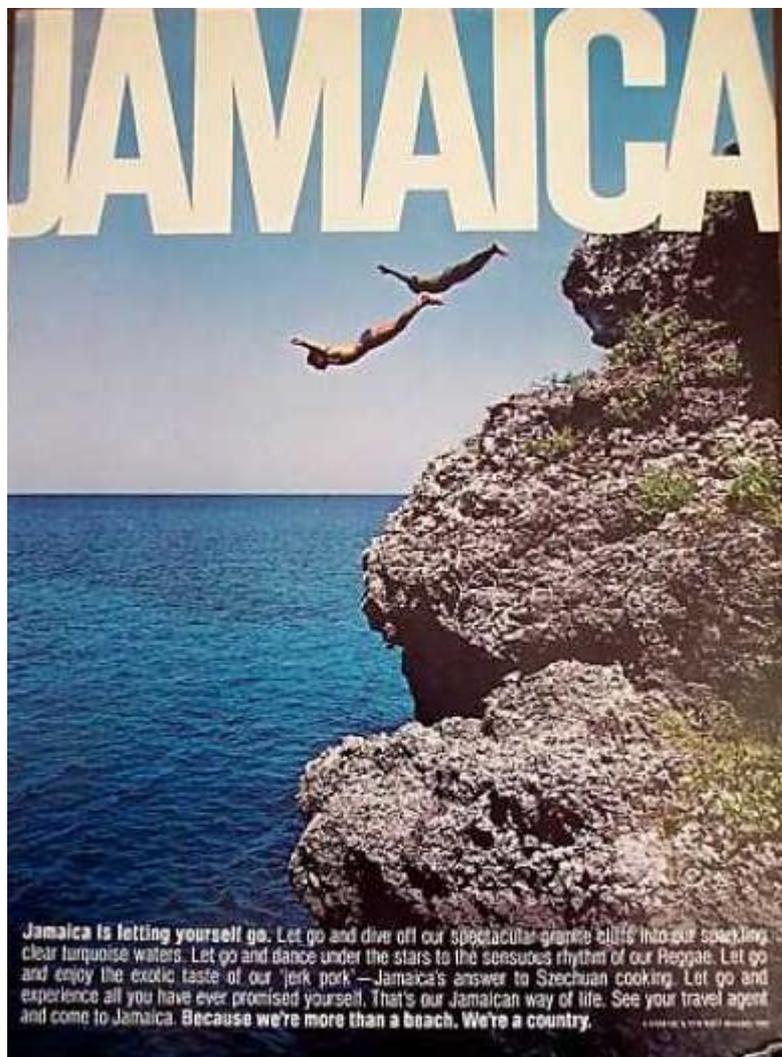
A construção da imagem turística por parte dos *tour operators* trata-se então da adoção de constantes recortes específicos da paisagem dos destinos bem como o uso da imagética como linguagem não verbal capaz de criar tendências de deslocamentos ou ao menos interesse mais apurado em grupos de viajantes.

Existe ainda, nos cartazes com fotos, o favorecimento de aspectos que denotam direcionamento de ações a serem realizadas e até aspectos de diferenciação entre os frequentadores das destinações turísticas. Assim, atividades de lazer, esportes e banhos e usufruto de instalações de alimentação são bastante recomendados para quem deseja descansar nos paraísos dos operadores, enquanto o isolamento das quadras, o uso dos iates e a iluminação dos empreendimentos

³² A figura da mulher jogando tênis e a possibilidade do turista “encontrar um jogo – um bom jogo” faz clara referência ao cunho sexual da viagem, às condições criadas para atração de jovens e a liberdade concedida pela viagem num local em processo de “descobrimento”.

ressaltam que nem todos que estão no Havaí ou em Bermuda têm as mesmas benesses. A figura 25 ressalta uma das imagens da década de 1980 sobre a Jamaica.

Figura 25 – cartaz da década de 1980 sobre a Jamaica.



Fonte: VINTAGE ADS BROWSER, 2020.

O cartaz acima denota visualmente um aspecto fundamental a ser denotado também pela via textual, que é o fato de a Jamaica exalar aventura, começando com os saltos dos penhascos para as águas turquesas. Ainda, em terras jamaicanas é possível dançar *reggae* à luz das estrelas enquanto são apreciados os sabores exóticos, tornando a viagem uma promessa de vida.

Finalizando com a ideia de existência de um modo de vida jamaicano, o cartaz denota a presença de considerável liberdade para o turista misturar-se aos ambientes costeiros do país, realizando mergulhos, contemplações e outros esportes aquáticos

Apesar da mencionada peça não evidenciar empreendimentos, tem enfoque muito claro em aspectos culturais, gastronômicos, modos de vida e patrimônio natural. É assim que a Jamaica confere aos operadores turísticos a função de direcionar os turistas em potencial para o paraíso do *reggae*.

Diante dos diversos cartazes analisados, tornam-se claros os marcos de observação do turista, definidos pela indústria do turismo com foco na valoração dos atrativos em potencial e na exclusão de aspectos não atrativos, criando assim experiências que sejam, ou ao menos pareçam, mais autênticas e únicas.

Sobre isto, afirma Urry (1996), que o turista, quando em sua busca pela destinação mais excepcional, assemelha-se ao peregrino que busca o santuário, pois ambos realizam a visita para fins de veneração, buscando assim uma experiência que seja sublime, enaltecida. E é isso que os cartazes prometem aos visitantes em potencial, encanto, surpresa, liberdade, tranquilidade, oportunidades de encontros, privacidade e *status* social.

Pode-se afirmar então que a propaganda, estatal ou privada, utiliza valores socialmente aceitos como símbolos da viagem há muito almejada, antecipando assim a busca pelo prazer e o conseqüente consumismo de produtos e serviços. No entanto, segundo Daye (2005), a simbologia da viagem ao litoral passa por um processo cada vez maior de homogeneização, tratando de eliminar quaisquer que sejam as particularidades dos destinos em foco.

Esta é a cartilha da promoção de destinos turísticos pela indústria do setor, recriá-los à imagem e semelhança daquilo que é socialmente mais aceito, constantemente buscado, capaz de evocar sonhos e anseios. A viagem é, desta forma, pauta de um discurso que geralmente sempre cita os mesmos elementos como atrativos, como é possível verificar nos *folders* analisados.

Em conseqüência, é muito comum que as paisagens turísticas sejam valoradas apenas por aquilo que é considerado atrativo e lucrativo pela indústria, deixando de lado aspectos que poderiam contribuir para maior participação dos autóctones nos benefícios oferecidos pela atividade. Cabe então lembrar, em concordância com Daye (2005), que as paisagens turísticas são dotadas também de conteúdos sociais e culturais que, apesar de presentes e atuantes, não são mercantilizáveis.

Se constitui, por parte dos operadores turísticos e dos planejadores da atividade, uma mediação daquilo que é real em consonância com o que os turistas demandam, associando valores universais aos estereótipos da praia paradisíaca e repleta de possibilidades. É assim que paisagens como montanhas, florestas e outras acabam por ficar aquém nas promoções da indústria turística.

Cabe também compreender como se constituem as peças de publicidade turística de alguns dos paraísos litorâneos nacionais, sobretudo nas últimas décadas do século XX. Assim, torna-se possível apreender se há, de fato, uma adoção por parte dos planejadores e das cadeias produtivas do setor de discurso semelhante e estratégias de *marketing* capazes de conformar a opinião social sobre os destinos de sol e praia mais isolados.

Para compreender o roteiro discursivo da regionalização turística no Brasil, é necessário pontuar alguns aspectos concernentes ao planejamento setorial e seus impactos no território e na sociedade brasileira. As ações de planejamento, de acordo com Escobar (2010), são realizadas com o intuito implícito de estandardizar alguma realidade, seja esta territorial, econômica, social ou cultural.

Isto significa dizer, em relação às políticas públicas de turismo, que o Estado busca inserir, de forma multiescalar, condições mais interessantes para aceitação de parcelas do espaço como territórios turísticos. No caso do Brasil isto é tão verdade que a aplicação de políticas setoriais acontece na escala nacional para somente depois serem direcionadas para as regiões e localidades.

Coriolano (2006) ainda infere que ao aliar-se com o discurso político, o planejamento confere aos residentes de espaços potencialmente turísticos esperanças de superação de dificuldades sociais, espaciais e econômicas a estes impostas, quando na verdade dificilmente os autóctones terão acesso aos benefícios ocasionados.

Citam Trentin e Fratucci (2001) que no contexto de tentativas de dinamizar o turismo no país, os planos e políticas nacionais após a Constituição Federal (CF) de 1988 é que trazem efetivos avanços em relação ao planejamento turístico do território brasileiro. E sobre isto, é importante destacar que os percursos discursivos adotados foram fundamentais na criação de uma aceitação sociopolítica geral.

Foi comum, a partir da criação da Política Nacional de Turismo (PNT) de 1992, o acionamento constante de valores ocidentais como trabalho, emprego, renda, redução das desigualdades e desenvolvimento por parte do planejamento estatal, ao passo em que também se tornou corriqueiro o uso de valores universais como felicidade, paz, qualidade de vida, amor e, claro, paraíso por parte dos empreendedores e governos locais. Sob os acionamentos destes valores, sobretudo ocidentais, Castro (2016, p. 77) ressalta que:

Isto não significa dizer que as políticas de turismo se contradizem em seus discursos. Desde a primeira Política Nacional de Turismo (1992), com rebatimentos no planejamento turístico nacional, ao ProinfTur (2012), localizado na escala cearense, é uníssono o discurso sobre o turismo como gerador de emprego e renda, independente da escala de atuação da política de turismo em questão. Também é frequente a busca, ainda que retórica, pela superação das disparidades regionais e melhoria da qualidade de vida das comunidades turísticas.

Compreende-se que, apesar de uníssonos, os discursos sobre o planejamento turístico buscam ampliar ações que se concentram em questões pontuais. E o planejamento turístico no Brasil se constitui efetivamente por alocar infraestrutura logística e urbanismos turísticos enquanto o discurso cria o pensamento geral de que as mudanças realizadas irão, necessariamente, desembocar no desenvolvimento dos territórios turísticos.

Acontece, diante dos recursos discursivos utilizados pelos poderes públicos e pelo setor privado nas diversas escalas, uma espetacularização da paisagem do destino turístico, a qual, segundo Debord (1997, p. 15):

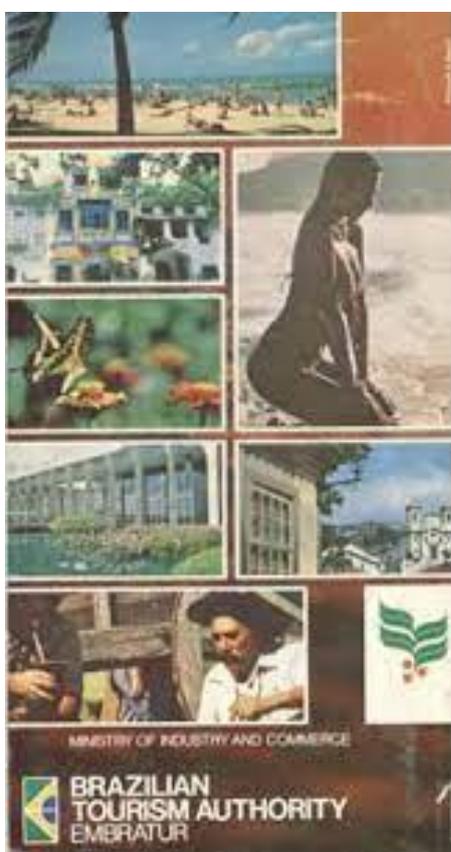
O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente na vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente.

A formação do espetáculo turístico corrobora assim para viabilizar a apropriação turística do espaço e é bastante exitoso no que se refere à valorização do litoral como espaço de acumulação de capitais e atração de olhares, usos e significados. O discurso da indústria do turismo tem o objetivo de viabilizar a recepção

dos residentes e convencer, inclusive moradores de áreas distantes, sobre a importância da atividade para o território.

Já a imagética atua na constituição de signos que remetam a valores atrativos, mesmo que estes não tenham grandes relações com as realidades locais ou que representem apenas o cenário sem os atores que lhes são próprios. É assim que, a partir de meados de 1970, os órgãos responsáveis pela divulgação turística do Brasil não focam em planejamento, mas sim em atrativos que são próprios do país, mesmo que de forma bastante questionável. A figura 26 ressalta um dos cartazes da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR).

Figura 26 – *folder* produzido pela EMBRATUR em 1984.



Fonte: ASSUNÇÃO; BABINSKI, 2010.

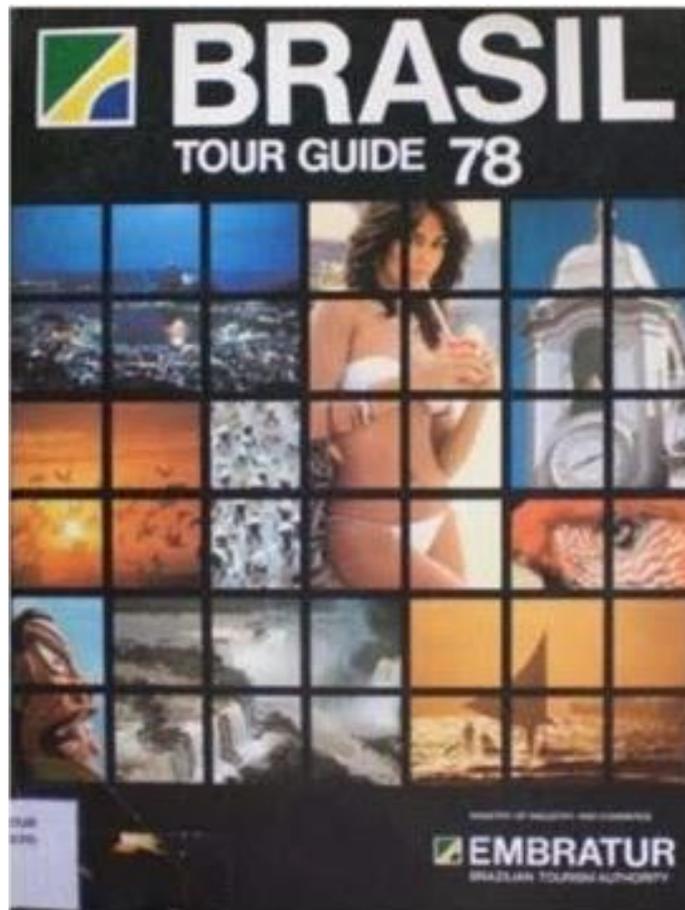
O cartaz acima denota algumas questões importantes no que se refere ao turismo no Brasil. Sem planejamento, que somente iria efetivar-se na década de 1990, os atrativos do país restringiam-se aos seus patrimônios históricos e naturais e a determinados estereótipos de seus habitantes.

Havia, e isto é bem ressaltado por vários autores, uma constante insistência na exibição dos corpos femininos relacionados aos ambientes litorâneos nas peças

de publicidade turística brasileiras. E, não à toa, mencionado período de veiculação destas propagandas se confundem com o período mais efervescente do turismo sexual no país (ASSUNÇÃO; BABINSKI, 2010).

Daí se constitui o que seria o estereótipo da publicidade turística no país até final dos anos 1990, imagens repletas de corpos, praias e discursos sobre as vantagens e possibilidades que a visita ao Brasil poderia proporcionar. São estes elementos que estão presentes na figura 27.

Figura 27 – guia de turismo do Brasil de 1978.



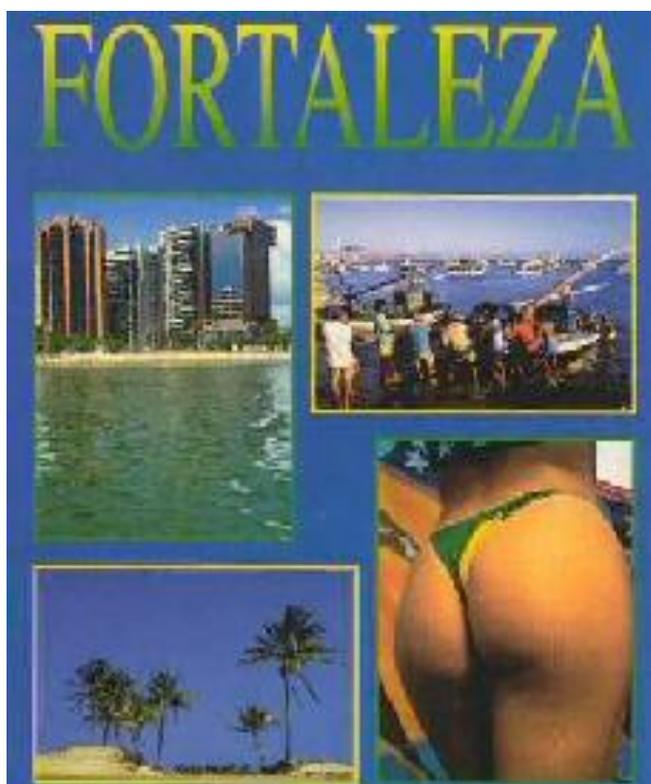
Fonte: G1, 2014.

Na capa do Guia de Turismo Brasileiro, distribuído no exterior pela EMBRATUR em 1978, a figura da mulher em trajes de banho ocupa espaço de destaque, imagem fotográfica esta que seria novamente utilizada alguns anos depois num cartaz distribuído pelo órgão. A praia também aparece de maneira notável no guia, pois está presente não somente na fotografia da embarcação de pesca artesanal, mas também na paisagem carioca e estando fortemente associada ao pôr-do-sol.

Cabe ainda ressaltar que, na publicação do ano anterior, haviam apenas quatro (4) imagens na capa, das quais três (3) figuram no ano seguinte, casos do pôr-do-sol, da paisagem carioca junta ao Cristo Redentor e do corpo feminino. Assim, apesar das publicações não ressaltarem discursos verbais, deixam claro através da imagética que o turista que chega ao Brasil tem muitos alvos para onde olhar, como denota Urry (1996).

Mas não foi somente a EMBRATUR que contribuiu para estabelecer o ideal de turismo de sol e praia no país, mas também governos municipais, como é o caso de Fortaleza/CE, presente na figura 28.

Figura 28 – cartaz de divulgação de Fortaleza, de 1990.



Fonte: CARTA MAIOR, 2004.

De forma ainda mais presente que os cartazes e publicações sobre o país, o *folder* de divulgação turística de Fortaleza denota o litoral e o corpo das mulheres como produtos turísticos. Não é estranho pensar que até meados dos anos 2000, Fortaleza era um dos principais destinos inclusos nos roteiros do turismo sexual, atraindo alemães, italianos, portugueses e espanhóis (CASTRO, 2016).

No entanto, as referidas peças de publicidade geralmente se associam às metrópoles brasileiras e aos órgãos nacionais e estaduais de gestão do turismo, enquanto as municipalidades ainda passavam por processos de constituição das

respectivas secretarias e departamentos ligados à atividade, recursos provenientes das políticas de turismo de 1990.

Desta forma, o que efetivamente existia – e em alguns casos ainda existe nas escalas locais – eram *outdoors* e anúncios jornalísticos, assim como os relatos dos viajantes das décadas posteriores à etapa de exploração dos destinos turísticos. Não à toa, desde início dos anos 2000, destinações como Jericoacoara, Pipa, São Miguel dos Milagres, Maragogi e outras têm *outdoors* e placas com variadas referências a valores eternos, sejam estes terrenos ou não, a exemplo do verificado na figura 29.

Figura 29 – placa do acesso à São Miguel dos Milagres.



Fonte: SEDETUR/AL, 2018.

Na referida placa, que exhibe o acesso aos municípios de Passo de Camaragibe/AL, Porto de Pedras/AL e São Miguel dos Milagres, a ideia divina à beira mar se mostra desde a denominação da rota até os empreendimentos, caso do Milagres do Toque *Beach Club*, pousada na Praia do Toque.

Há ainda notória presença de elementos que fazem referência ao bucólico, caso das cores ligadas aos ambientes de praia, silhuetas de coqueiros e uso de construções em madeira. Em Jijoca de Jericoacoara/CE acontece algo semelhante, contudo, a ideia é ainda mais direta, como se verifica na figura 30.

Figura 30 - portal de entrada para o *Alchemist Beach Club* e a Lagoa do Paraíso, em Jijoca de Jericoacoara/CE.



Fonte: MIL E UMA VIAGENS, 2016.

Compreende-se que a imagem fotográfica se torna o cerne do produto turístico, a qual não necessita ressaltar a realidade, mas aquilo que é atrativo aos fluxos turísticos. Assim agem cadeias produtivas locais nos primeiros estágios do CVAT, os empreendimentos e os planejadores que ingressam no estágio de desenvolvimento, e os poderes públicos municipais a partir da consolidação.

Mencionados agentes focam na construção das imagens turísticas institucionalizadas, ressaltando os pontos positivos das localidades, as potencialidades e possíveis caminhos para as ações de planejamento estatal e, sobretudo privado. Assim a indústria turística age na formulação de paradigmas de imagens dos destinos, sobretudo litorâneos, criando assim estereótipos e estandardizando o que é potencialmente turístico, inclusive o paraíso.

Acontece que o ciclo de vida de área turística, definido por Butler (1980), não leva em consideração – e nem poderia – um fator de preponderância crescente na atualidade, que é a presença do turista como contribuinte da construção imagética dos destinos. Já foi analisada aqui a profunda influência de visitantes alocêntricos na

conformação de fluxos e das imagens turísticas dos paraísos litorâneos turísticos, o que lhe confere ainda mais importância quando verificadas as práticas e importância para os arranjos produtivos locais.

Na tentativa de estabelecer cenários possíveis para as destinações litorâneas, fica claro que compreender a atuação da cadeia produtiva é algo muito mais factível do que compreender as motivações que transformam o turista em formador de opinião, ainda que desde a década de 1990, Knafou (1996) tenha inferido sobre a importância deste na consolidação de territórios turísticos.

Entende-se que os setores estatal e privado têm motivos de sobra para trabalhar a imagética turística de destinos à beira mar, apoiados nos signos religiosos e na secularização da sociedade. Assim, os clichês são aceitos sem discussões, mas não se pode considerar êxito de políticas públicas e planejamento sem a aceitação dos consumidores do território turístico.

É desta forma que os turistas se tornam interlocutores dos discursos e da imagética que envolvem os paraísos turísticos à beira mar. Pode-se dizer que a indústria turística buscou criar muitos paraísos litorâneos em escala global, mas, como os navegadores, os turistas verificaram que nem todas estas paragens tinham as características notáveis para assim serem denominadas.

Neste contexto se inserem modernas e cada vez mais acessíveis possibilidades transformar turistas em formadores de opinião cada vez menos dependentes das mídias convencionais. Revistas de viagem, *sites* de turismo e redes sociais gradualmente tornam-se não apenas importantes fontes de informação, mas veículos primordiais na propagação das imagens turísticas em vídeos e fotos.

Assim se estabelece discussão a seguir, buscando compreender o papel dos turistas na formação das imagens dos destinos, estejam estes na posição de repórteres, *travel vloggers* ou usuários de redes sociais pautadas na indexação de dados, bem como as respectivas interpretações em relação aos destinos visitados e os aspectos notáveis da viagem.

4 O PARAÍSO VIRTUAL: IMAGENS TURÍSTICAS NA ERA DIGITAL

“Sacrificar a Terra pelo paraíso é desistir da substancia pela sombra”.

Victor Hugo.

Ao final do último capítulo foi discutida a ação da indústria do turismo na busca por consolidar a imagem turística dos lugares através dos discursos, do fornecimento de determinados serviços padronizados e da institucionalização do território turístico como parte da Divisão Territorial do Trabalho.

Mais ainda, é importante compreender que a publicidade turística, por tratar da paisagem e sua volatilidade em longos períodos de tempo, não recorre necessariamente à materialidade como instrumento de divulgação, mas aos meios de ativação da percepção. E isto acontece através da imagética e do discurso referentes aos valores eternos.

Cabem aqui duas considerações sobre a atuação do mercado turístico. A primeira destas refere-se ao que Urry (1996) convém chamar de experiência turística da viagem ou, em outras palavras, a materialização dos desejos que estavam presentes no pensamento do turista que irá realizar visita a uma destinação.

Assim, a indústria turística se beneficia – e sofre também – com o fato de que os consumidores de seus produtos e serviços devem, necessariamente, ir até o local turístico, confirmando a teoria do autor de que boa parte da produção dos serviços a serem consumidos tem de se constituir às vistas dos visitantes (URRY, 1996).

Afinal, o turista que chega à sede do Sheraton em *Oahu*, busca não apenas conhecer a destinação, mas usufruir dos serviços de hospitalidade dos garçons, camareiras, recepcionistas, e isto não pode ser feito nos bastidores³³. Da mesma maneira, aquele que visita Armação dos Búzios/RJ busca usufruir de uma cadeia produtiva da atividade, seja através dos vendedores ambulantes nas praias ou mesmo dos restaurantes que ocupam as vias da mencionada destinação.

³³ Isto não significa dizer que serviços turísticos de baixo padrão não possuam certa demanda, mas por assim o serem, atraem fluxos que em geral são menos exigentes, tem menor poder aquisitivo e não gastam consumindo o valor agregado visto em serviços de maior padrão.

Um segundo ponto que limita a influência da ação da indústria do turismo sobre as imagens e dinâmicas dos destinos, de acordo com Urry (1996) é que os empreendedores e planejadores do setor estão, inextricavelmente, ligados ao território. Assim, os serviços e produtos gerados pelas ações de planejamento público e privado apenas adquirem a importância e exercem a influência esperada mediante vínculo com o território turístico e todas as características que lhe são próprias.

É notável que ao estabelecer uma regionalização turística, seja corriqueira a associação de atrativos e equipamentos de outras localizações à imagem turística de destinos primazes, como acontece com o Mangue Seco de Camocim/CE e o Aeroporto de Cruz/CE em relação ao paraíso litorâneo de Jericoacoara. No entanto, de outra maneira, mencionados objetos não possuiriam o mesmo apelo em virtude do distanciamento em relação a um centro polarizador de fluxos turísticos.

Não se diz aqui que é impossível que o planejamento obtenha êxito na criação de destinos novos, mas, diante da inadiável necessidade de atração dos fluxos turísticos, algumas ações de planificação podem ser completamente solapadas pela ausência imediata de visitantes ou mesmo pelo caráter ordinário adquirido pelas destinos após as mudanças. Desta forma podem ser explicadas várias tentativas questionáveis de criação de territórios e regiões turísticos, como são os casos de destinos no litoral brasileiro, mexicano, espanhol e outros.

Citadas considerações, concernentes à experiência e à presença do turista no destino, ressaltam a importância deste agente na constituição da destino, como lembram vários autores. É igualmente importante ressaltar que os turistas têm suas parcelas de contribuição na constituição do imaginário das destinos, na popularização e no estabelecimento de referenciais para outros visitantes.

Mas esta contribuição não se constitui no momento da chegada ao destino, mas sim é mediada desde muito cedo por signos provenientes de períodos históricos anteriores, estabelecidos de diversas formas através da cultura, história, economia e outras instâncias que permeiam a sociedade, constituindo diferentes olhares em relação ao lugar turístico.

Ao elaborar discussão quanto às diferentes interpretações dos turistas sobre os locais visitados, Urry (1996) denota que existem ao menos duas formas destes agentes visualizarem o que é posto como turístico. A primeira destas trata-se

de um olhar romântico sobre o lugar turístico, no qual o visitante recorre à solidão e à ausência de seus pares para contemplar a paisagem e estabelecer uma certa relação espiritual sentimental com o lugar.

Barthes (1972), abordando as mitologias que envolvem as paisagens pitorescas, ressalta que existem mitos que envolvem o relevo, as montanhas e os desfiladeiros, pautados na qualidade do ar inalado, no ponto elevado de vista da paisagem e na virtude da aventura. Referido autor ainda denota que raramente existem planícies associadas ao antigo mito alpino, posto este evocar a solidão e isolamento.

Discorda-se aqui de partes deste ponto de vista, sobretudo ao considerar que a visão romântica foi, durante todo um período histórico nos campos ingleses e praias europeias (CORBIN, 1989; WILLIAMS, 2011), o cerne da valorização de paisagens menos acidentadas e mais evocadoras de inspiração para os autores românticos.

Ora, é inegável que a aventura robinsoniana à beira mar, caso aqui melhor trabalhado, seja fruto de tais anseios por autoconhecimento e desafios a serem superados, ainda que, aqui e ali, o mito alpino apareça de forma implícita na subida às cristas de falésias, na conquista do mar a partir de picos litorâneos e na contemplação mirante sobre o elemento líquido.

Compreende-se que o olhar romântico é o mesmo que recobre a descoberta de espaços litorâneos com ar intocado, responsável por evocar sentimentos presentes nas viagens dos escritores românticos, nos relatos da teologia natural e na ligação espiritual entre mochileiros e destinação turística, denotados por Corbin (1989), Jarratt e Sharpley (2017), e Sharpley (2009).

É esse o sentimento que reveste a experiência turística almejada por estes agentes, usufruir de um local à imagem e semelhança de representações do paraíso sem a presença massiva de aspectos urbanos principais, como a concentração de pessoas, a densidade de objetos, temporalidades velozes e considerável quantidade de estímulos artificiais.

Uma segunda visão concernente à experiência turística é a do olhar coletivo das destinações. De acordo com Urry (1996), este tipo de concepção das paisagens turísticas se constitui não pela contemplação solitária, mas sim pela

presença de muitos indivíduos, conferindo assim movimento e a indicação de que aquele destino é o que de fato deve ser visitado.

O autor infere que este é o caso dos destinos litorâneos britânicos, os quais, sem grande número de pessoas trariam experiências sofríveis aos frequentadores, o que seria o mesmo caso das grandes metrópoles, posto a densidade de frequentadores sugerem a criação – senão ampliação – das capacidades de suporte de infraestruturas, produtos e serviços (URRY, 1996).

Residem nestes dois tipos de olhares do turista alguns pontos fundamentais da contribuição destes para a formação das imagens e dos usos dos paraísos litorâneos. Inicialmente, cabe ressaltar que os estudos de Urry (1996) e Barthes (1972), ao se debruçarem sobre aspectos sociológicos da prática turística e suas contribuintes para a formação dos destinos, incorrem numa homogeneização de determinadas fases dos processos de formação de balneários litorâneos, dinâmicas que nos casos aqui expostos possuem inúmeras particularidades.

Discorda-se aqui da ideia de que o olhar romântico se refere somente aos ambientes montanhosos, posto ele estar presente em boa parte do processo histórico de valorização da praia no ocidente e, sobretudo, ainda incorporar vários aspectos da publicidade turística atual, como será abordado mais à frente.

Pode-se afirmar ainda que, nos casos dos espaços encaixados na nomenclatura de paraíso turístico litorâneo, verifica-se a existência dos dois olhares em momentos bem distintos e até a coexistência destes no período atual, algo que não pode ser inferido sobre destinações consideradas ordinárias.

O olhar romântico é aquele que permeia o desejo da viagem dos primeiros viajantes, o que acontece claramente desde o século XVIII com os escritores e segue até meados do século XX com os mochileiros. O crescimento dos fluxos denota uma transformação neste olhar, o qual torna-se gradualmente coletivo, necessitado de outros pares para denotar o ar turístico do território e se autoafirmar sem culpas como consumidor, como são os casos de Caraíva (Porto Seguro/BA), Icaraizinho de Amontada (Amontada/CE), Maragogi/AL, Bombinhas/SC, Ilhabela/SP, Fernando de Noronha/PE e outros.

E ao passo em que este olhar coletivo se torna mais relevante, o olhar romântico não pode cair em esquecimento, sendo constantemente acionado através

dos discursos e da imagética pelos planejadores e empreendedores, mas sobretudo pelos próprios frequentadores do lugar, cada vez mais reconhecidos como agentes de fundamental importância na publicidade turística dos lugares.

4.1 Praias de fotos, vídeos e curtidas: a atuação dos magazines de viagens e das redes sociais no processo de turistificação do litoral

De fato, os turistas e viajantes têm suas parcelas de mérito ao descobrir ou, nos termos de Butler (1980), iniciar o processo de exploração turística de parcelas da zona costeira ao redor do mundo. Contudo, apenas isto não suscita o processo de transformação de zonas de praia em balneários turísticos apropriados pelos demais agentes de turistificação, casos do mercado e dos planejadores.

Neste contexto insere-se um agente que aqui é considerado fundamental e de atuação destoante dos demais: a mídia ligada à atividade turística. Apesar de atuar, de muitas maneiras e em diversos formatos, de forma conjunta ao mercado e aos planejadores, citado agente tem como função primordial publicizar, de forma textual e imagética, os atrativos dos destinos abordados. É isso que ressaltam Long e Robinson (2009, p. 99):

A função da mídia como forma de comunicação ou distribuição de mensagens e imagens de pessoas, lugares e eventos, é central para o funcionamento do turismo internacional. No entanto, existe outra dimensão importante da mídia a qual precisa ser discutido; é o papel da mídia além da noção de um mero mecanismo distributivo e como forma de entretenimento em si que alimenta a produção de gêneros culturais populares. Esta função de lazer da mídia e como nosso lazer e extração de prazer por parte da mídia pode alimentar e moldar nossas descobertas sobre o mundo como turistas é frequentemente esquecido, mas é digno de mais pesquisa.

Desta forma, é importante compreender que apesar de atuar na exibição de imagens fotográficas e propagação de informações sobre viagens e destinos, a mídia turística tem a clara função de causar encantamento, produzir tendências de pensamento e interesse nos consumidores em potencial.

Busca-se assim, no ato da edição e publicação de matérias nos meios impressos ou digitais, ressaltar características valorizadas por grande parte da sociedade em relação aos destinos turísticos em geral, inclusive na utilização de termos qualitativos para se referir a estes. Não é incomum, de acordo com Rocha (1996), o uso de palavras que se referem a "valores eternos" serem utilizadas nos discursos publicitários e jornalísticos.

É acertado afirmar que termos que denotam felicidade, amor, beleza, sacralidade, natureza e riqueza são intencionalmente e constantemente acionados com objetivo expresso de qualificar bens, serviços e experiências passíveis de serem consumidos. Este consumo significa, como indica Rocha (1996), acessar um *status* de realização pessoal e profissional, portanto remetendo a valores socialmente enaltecidos.

Falco (2015), ao analisar as aproximações entre a publicidade turística e os termos sacros, relata que mitologia e capitalismo são inseparáveis na atualidade. E esta ligação entre o modo de produção vigente e a linguagem sacra denota a busca por um significado culturalmente aceito para práticas que, apesar de importantes, não são ou não eram objetivos de vida da maioria dos indivíduos de uma sociedade.

No que tange ao uso da palavra paraíso, Aoun (2003) denota que o valor deste termo se constitui através de considerável número representações ao longo da história, a serem detalhadas no capítulo seguinte. Isto significa dizer que, ao se tratar de uma representação inquestionável daquilo que a humanidade mais valoriza, esta palavra é facilmente compreendida quando adotada em qualquer discurso.

E sob este enfoque, a publicidade turística oferece aos leitores breves oportunidades de desfrutar do local que pouquíssimos tiveram a oportunidade de visitar, seja nos mitos religiosos ou na atualidade. De acordo com Aoun (2003, p. 116):

O turismo, hoje, transforma a ideia de paraíso perdido numa forma terrena e atraente ao alcance de todos. Ele a vende no presente, por meio de novas e atualizadas formas de discurso. Ressurge, assim, o turismo como um mago que, com poderes especiais, consegue promover o reencontro do indivíduo com o paraíso, e realiza, dessa forma, o antigo e acalentado desejo de voltar ao jardim do Éden, ao lugar da origem humana.

Adjetivar uma localização como paradisíaca significa conferir a esta uma carga histórica que envolve anseios religiosos, culturais, econômicos e sociais. E é exatamente isto que o discurso utilizado pela publicidade objetiva: utilizar o mito para influenciar a realidade. Mediante conformação da empatia social, um destino de sol e praia passa a representar, senão uma imagem moderna e tecnicada do paraíso mítico, ao menos um território detentor de várias benesses características de representações do edênico, sem qualquer um dos riscos mitológicos de tentar alcançá-lo (KURZ,1997).

Assim, Kurz (1997) ressalta que a ideia da publicidade é especificamente conferir uma aura de necessidade ao produto anunciado, ressaltando suas características estéticas e socialmente valorizadas, e não necessariamente sua função *per se*. De acordo com o autor (1997, p. 1):

Há tempos a propaganda tenta ligar bens de uso cotidiano com sentimentos positivos. No caso, não se ama o próprio objeto, como, por exemplo, alguém ama uma velha mobília que o acompanhou pela vida. Antes, um bem em si banal (ou até mesmo idiota) deve ser "representativo" de determinados elementos da empatia social. Como se sabe, as campanhas publicitárias sugerem que, junto com um sabonete, se compra também beleza e charme, ou sucesso com uma barra de chocolate, ou também sex appeal e liberdade com um automóvel.

E neste contexto, um balneário litorâneo deve oferecer, para além dos elementos naturais esperados (areia, sol, mar, etc), uma aura de espaço concebido para práticas de lazer de um seletivo grupo, detentor de beleza singular e incomparável a qualquer outra praia no mundo. Para além da ideia de solo sagrado para o descanso e práticas não laboriosas (pelo menos por parte do turista), o ideal de paraíso turístico se apoia na seletividade.

É desta forma que os discursos e a publicidade turísticas atuam no imaginário e comportamento social, substantivando e adjetivando destinos com objetivo de qualificá-los como produtos excepcionais em relação aos demais. Isto acontece inclusive quando, na busca pela afirmação das qualidades de um determinado polo receptor, um veículo de comunicação acaba por negar afirmações feitas anteriormente.

Nem todo lugar pode e deve ser chamado de paraíso. Isto, aliás, acontece com uma pequena parte das localidades turísticas e tende a estar em constante mudança pela descoberta de novas paragens. Contudo, a ânsia de afirmar a bondade divina ao esculpir e os itinerários angelicais ao conservar determinada destinação faz com que o uso do termo seja uma constante nos editoriais ligados ao tema.

Este é o caso das matérias dos magazines *National Geographic*, *Go Outside* e *Qual Viagem*³⁴. Mencionadas publicações foram selecionadas por conta das tiragens de considerável duração (entre 2008 e 2020), da abrangência em relação aos

³⁴ As tabelas das matérias levantadas em cada um dos magazines estão presentes nos Apêndices (A, B e C), ressaltando os títulos, destinos, atrativos e anos das publicações.

destinos internacionais e nacionais, e em virtude do compartilhamento de matérias entre as versões impressas e digitais.

Assim, o enfoque do levantamento está nos usos do termo paraíso, no título da matéria, no local apresentado, no tipo de ambiente retratado, nas potencialidades turísticas e no ano de publicação. Ainda, apenas matérias foram consideradas, excetuando galerias de fotos e outros resultados.

A revista *Go Outside* pode ser considerada como a versão brasileira da americana *Outside*, lançada em 1978 com foco especial nos esportes e turismo de aventura. De acordo com a revista, as edições são "dedicadas à cobertura de pessoas, atividades, políticas, arte e literatura dos esportes *outdoor*" (OUTSIDE, 2020).

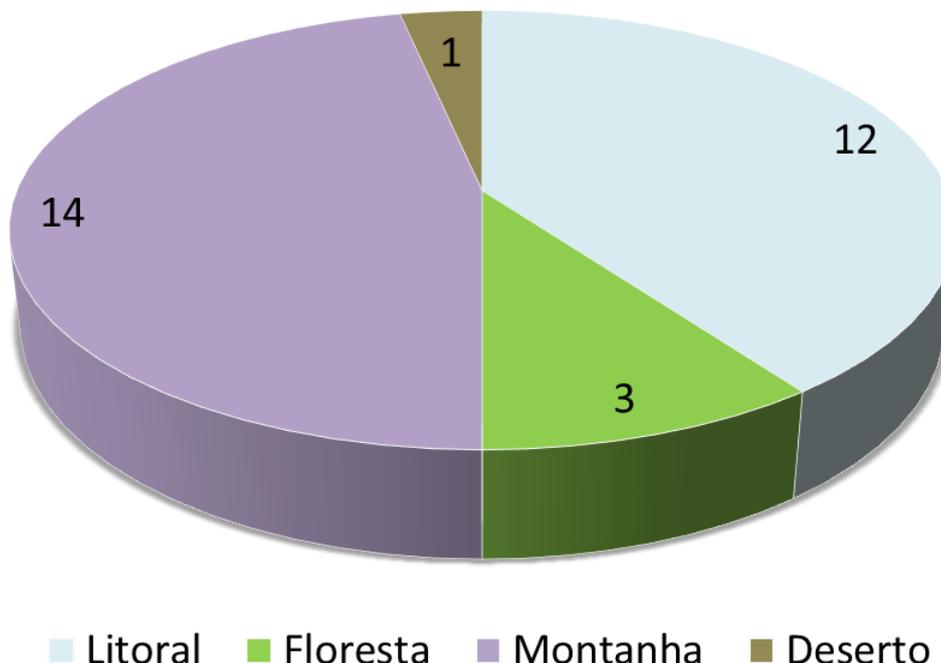
Mas isto não significa que o turismo fica de fora do escopo do magazine, pois grande parte das matérias envolve algum tipo de deslocamento para fins de lazer ou entretenimento. Trata-se assim, considerando as segmentações turísticas expostas por Coriolano (2006), de revista que aborda diversas modalidades de turismo de aventura, de esportes e ecoturismo.

Ao fazê-lo, cabe ressaltar, a revista destoa bastante dos convencionais magazines de viagem, não produzindo matérias que tratam, por exemplo, de *resorts* ou cruzeiros (apesar de citá-los em alguns momentos). O foco da revista *Go Outside* é ressaltar destinações propícias a atividades *outdoor* como *trekking*, *camping*, trilhas, esportes náuticos, escalada, *mountain bike*, ou visitas a lugares isolados e extremos, denotando assim a aventura.

Numa primeira análise do conjunto de atividades e viagens abordado pelo magazine, há breve impressão de que, com exceção dos esportes náuticos, o foco principal são os esportes e atividades a serem realizados especificamente em regiões montanhosas.

Mas através do levantamento realizado nas matérias que abordam destinações paradisíacas, verifica-se que a zona costeira tem importante representatividade no que tange às várias atividades expostas. O gráfico 5 resalta esta representatividade dos diferentes ambientes nas matérias da revista, que podem ser conferidas individualmente no Apêndice A.

Gráfico 5 – representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pela *Go Outside* com uso do termo “paraíso” (2008 - 2020).



Fonte: GO OUTSIDE, 2020. Elaboração: CASTRO, 2019.

Dentre as matérias publicadas entre os anos 2008 e 2020, 30 se encaixaram nos critérios de inclusão ao tratarem determinadas destinações como paraísos a serem visitados. Destas, doze (12) trouxeram zonas de praia como ambientes propícios à realização de esportes como mergulho, trilhas, acampamento, surfe, *kite surf*, e contemplação da natureza.

Exemplo disto são as matérias sobre mergulho no litoral cubano (2008), o retorno de um repórter e mergulhador a Belize (2014), as belezas da Nicarágua para amantes de esportes náuticos e de aventura (2015), a experiência de mergulhar na ilha de Alcatrazes, no litoral paulista (2019) e um guia para o *trekking* de travessia da ponta da Joatinga, no Rio de Janeiro (2020).

Isto denota que, apesar das regiões montanhosas permanecerem como importantes destinos do turismo de aventura e ecoturismo, sobretudo pela conservação de suas características vegetacionais e geomorfológicas, as zonas de praia têm estado cada vez mais presentes no imaginário dos turistas alcêntricos, sobretudo os destinos que se encontram próximos a áreas de vegetação densa, como exemplo da Serra do Mar, e *sites* de mergulho.

Outro fator importante são as facilidades logísticas para chegar às zonas de praia em praticamente qualquer país do mundo, assim como a existência de áreas protegidas parcial ou integralmente, possibilitando assim que as experiências realizadas sejam, se não exclusivas, pelo menos parcialmente irreproduzíveis.

E em relação às potencialidades turísticas do paraíso das aventuras do magazine *Go Outside*, quais são os mais e menos ressaltados nas matérias selecionadas? O quadro 5 denotam as características e condições do patrimônio natural dos destinos considerados paradisíacos pela revista.

Quadro 5 – potencialidades dos paraísos da revista *Go Outside*.

Termos	Menções (cada)
Natureza	20
Esportes náuticos, relevo	5
Esportes de aventura	10
Mergulho	4
Ciclismo	7
Baixas temperaturas, vulcões, escalada	2
Conservação ambiental, biodiversidade, equipamentos turísticos, tranquilidade, surfe, <i>kite surf</i> , esqui, deserto de sal	1

Fonte: *GO OUTSIDE*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2019.

De acordo com o quadro acima e com o apreendido no tópico anterior, após busca por destinos alocêntricos do turismo de sol e praia nas escalas nacional e global, a conservação do patrimônio natural é fundamental para a valorização do destino como paraíso turístico.

No caso das matérias da revista *Go Outside*, cerca de 65% ressaltam a natureza como principal potencialidade dos destinos em foco. E mesmo quando esta característica não é trazida nominalmente nas primeiras linhas das reportagens, ela vem como acessório complementar para a admiração de determinada localização.

Exemplo disto é a matéria ressaltada sobre Guadalupe, nas Antilhas Francesas, que ressalta (*GO OUTSIDE*, 2015):

Para turistas, o lugar é um paraíso na Terra, muito procurado por famílias e casais. Praias tranquilas, cachoeiras e uma vegetação que integra o patrimônio natural da Unesco são destinos a serem explorados. Canionismo, trekking e mergulho são boas pedidas para quem não quer ficar parado.

Para o magazine, a tranquilidade do local e a disponibilidade de natureza praticamente intocada conferem o título de paraíso moderno ao território ultramarino francês. As possibilidades da realização de esportes de aventura e esportes náuticos são outros importantes atrativos turísticos da destinação, os quais são citados em cinco (5) e dez (10) matérias, respectivamente.

Isto denota a importância da junção entre os patrimônios ambientais e as funções deste nas atividades de lazer, esportes e aventura, fato comprovado pelas constantes associações entre o mar e os esportes náuticos, a floresta e os esportes de aventura, as montanhas e o ciclismo, as áreas nevadas e o esqui.

Outros atrativos relevantes nas matérias sobre o paraíso turístico de aventura são as possibilidades de realização de modalidades de ciclismo (7) e o relevo (5) das regiões noticiadas. Enquanto a existência de rotas para cicloturismo ou *mountain bike* conferem possibilidades de expandir o roteiro pretendido por dezenas de quilômetros, o relevo acidentado oferece a chance de realizar diversas modalidades de turismo de aventura, como escalada, trilhas e *trekking* (ALMEIDA, 2013b).

Desta forma, não é exagerado afirmar que o paraíso existente na *Go Outside* deve oferecer não apenas a natureza com aspecto intocado da antiguidade, mas também opções de o que fazer em meio a regiões montanhosas, zonas de praia, florestas e desertos. É, portanto, um paraíso turístico que até pode ser usufruído por aqueles que desejam descanso, mas os eleitos são, em sua maioria, aqueles que buscam a circulação pelas belezas naturais do destino e pelo entorno, possuindo assim caráter notadamente alocêntrico.

A mais conhecida e antiga das três revistas abordadas, e uma das mais famosas mundialmente, é a *National Geographic*. Criada em 1888 pela *National Geographic Society*, sediada em Washington D.C. e com membros distribuídos em diversos países, tem como foco "incorporar uma era de exploração, descoberta, invenção e mudança" (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2020).

Para tanto, conta com um portfólio de 360 experiências oferecidas à audiência através de televisão, revista, livros, vídeos e plataformas digitais. Desta forma, de acordo com a revista, suas bordas amarelas servem como portais que

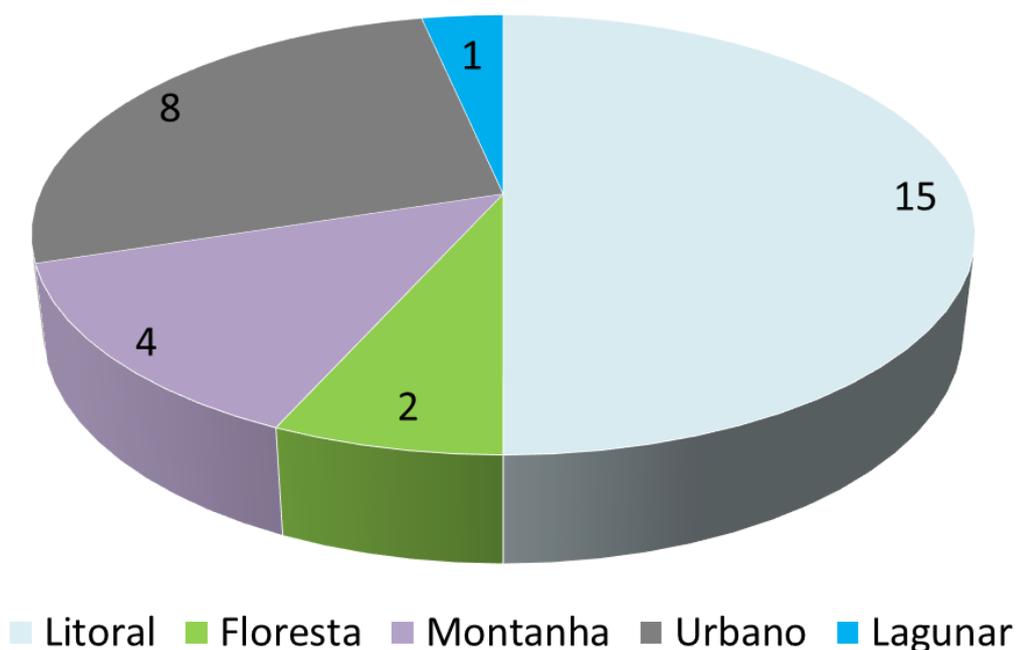
possibilitam explorar os locais mais distantes do planeta e além (*NATIONAL GEOGRAPHIC*, 2020).

Com objetivo de mostrar as nuances das diversas paragens ao redor do mundo, com especial enfoque nas belezas naturais, experiências únicas, patrimônios culturais, sociedade e arquitetura, o magazine faz questão de incluir roteiros de viagem que abordam diversos temas e tratam, sobretudo, de experiências.

Mas estas experiências turísticas e culturais não estão necessariamente ligadas somente a espaços naturais e atividades de lazer, havendo constantes menções a infraestruturas (turísticas ou não) complementares. *Resorts*, polos gastronômicos, cidades litorâneas de movimentadas vidas noturnas, antigas ferrovias e vinícolas são apenas alguns dos suportes para que as experiências sejam as mais completas possíveis, como verificado no Apêndice B.

Isto não significa dizer que os aspectos naturais tenham caráter secundário nestas experiências, pois estão presentes na grande maioria das matérias levantadas e em algumas destas reportagens são fundamentais para a caracterização do paraíso turístico da revista *National Geographic*. O gráfico 6 mostra a representatividade dos diferentes ambientes nas matérias do magazine.

Gráfico 6 – representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pela National Geographic com uso do termo "paraíso" (2009 - 2019)



Das 30 matérias inclusas através dos critérios estabelecidos (uso do termo paraíso e menção a apenas uma região ou destino), metade tem como foco os destinos litorâneos. E diferentemente do magazine abordado anteriormente, neste caso o patrimônio ambiental é facilmente associado a características como luxo, equipamentos turísticos, vida noturna e, apenas algumas vezes, à esportes náuticos e de aventura.

Outro detalhe importante é que ao buscar experiências, a *National Geographic* insere o ambiente urbano (mesmo nas cidades litorâneas) como importante destinação turística para aqueles e aquelas que buscam contato com monumentos arquitetônicos, vida noturna, gastronomia, comércio e serviços.

Neste caso, o magazine se torna bem mais diversificado no que tange às segmentações turísticas, abordando o turismo de experiência assim como o turismo de aventura, o turismo de charme, o turismo cultural, o turismo de luxo, o enoturismo e outras segmentações.

O paraíso turístico da *NatGeo* pode ser caracterizado então pelas experiências adquiridas durante a viagem, onde a possibilidade de exclusividade fica por conta das condições financeiras dos eleitos em potencial e as qualidades naturais do paraíso estão associadas a diversas comodidades.

Quadro 6 – potencialidades dos paraísos da revista *National Geographic*.

Termos	Menções (cada)
Natureza	14
Esportes de aventura	9
Cultura	7
Vida silvestre, gastronomia	5
Equipamentos turísticos	4
Arquitetura	3
Patrimônio cultural, luxo	2
População local, vegetação frutífera, golfe, vinícolas, cachoeiras, floresta, ilhas, comércio, serviços, patrimônio histórico, praia, vida noturna, geologia marinha	1

Fonte: NATIONAL GEOGRAPHIC, 2020. Elaboração: CASTRO, 2019.

Considerando os atrativos turísticos existentes nos destinos mostrados pela *National Geographic*, a natureza é ressaltada em cerca de 50% das matérias inclusas no levantamento. Isto denota, à semelhança do magazine anterior, que o

patrimônio natural não é apenas acessório para valorização turística, mas atrativo fundamental na criação do imaginário.

As potencialidades naturais e suas dinâmicas são, sobretudo, itens fundamentais na criação das imagens dos destinos, mesmo nas matérias que não empregam diretamente o termo, como o enaltecimento da vida silvestre em *Fort Myers* (Flórida/EUA) e no Atol de Aldabra (Seicheles), a geologia marinha dos buracos azuis nas Bahamas e os elementos naturais em *Finger Lakes*, no estado de Nova Iorque (EUA).

Outros importantes atrativos inseridos na complexa formação das experiências turísticas no paraíso da *NatGeo* são definidos por atividades de lazer, patrimônios (cultural, histórico e natural) e serviços turísticos. Considerando as mencionadas atividades, o magazine cita como principais atividades de lazer os esportes de aventura (9), casos das matérias sobre as trilhas do Parque Nacional *Mount Rainier* (EUA), da Floresta Nacional de Apalachicola (EUA) e da Patagônia Chilena.

Já o patrimônio cultural é citado pelo menos nove vezes (sete menções como patrimônio material e duas vezes como aspectos culturais imateriais dos residentes), situações que podem ser exemplificadas pelas matérias sobre a visita à região da Toscana (Itália) e os costumes dos residentes de Maui (Havaí) e *Shenzhen* (China).

E os principais serviços turísticos abordados são a gastronomia dos destinos (5) e as diferentes tipologias de hospedagem (4). Neste caso, são exemplos citados as experiências gastronômicas em *West Palm Beach* (EUA) e *Los Cabos* (México), e as tipologias de hospedagem em *Nosy Komba* (Madagascar) e *Key West* (EUA).

É correto afirmar então que o paraíso turístico da *National Geographic* é essencialmente litorâneo, e mesmo quando não parece encaixar-se neste ambiente, a praia denota importante influência sobre as dinâmicas locais. Conserva ainda as características naturais como elemento definidor de sua paisagem paradisíaca, enquanto os esportes de aventura se constituem como formas de usufruto do patrimônio natural.

Mas diferentemente do magazine especializado em esportes de aventura, os merecedores do paraíso da *NatGeo* devem acessar experiências que englobam criações "divinas" e humanas, colocando-as em relativa igualdade. Contando com maior oferta de serviços e informações, posto tratem de destinos mais acessíveis e conhecidos, as matérias do magazine dão clara evidencia de experiências turísticas de espectro meiocêntrico.

Desta forma, o viajante é apresentado a destinos nos quais há oferta de equipamentos de hospedagem diversificados, acesso a patrimônios naturais, culturais e históricos, gastronomia, aventura em meio à natureza e comércio, sem que precise haver isolamento completo. Pode-se concluir que a experiência turística no paraíso da *National Geographic* se dá através de contatos com a natureza com forte preponderância das infraestruturas e serviços turísticos, não sendo estes apenas acessórios.

O terceiro e último magazine considerado é a publicação mensal *Qual Viagem*. Lançada em 2013 pela editora Qual, pode ser considerada atualmente como a revista de turismo com maior circulação no país, fato que se deve a queda nas publicações de títulos até mais conhecidos, como a revista *Viagem e Turismo*, da Editora Abril. De acordo com a editora (QUAL, 2020):

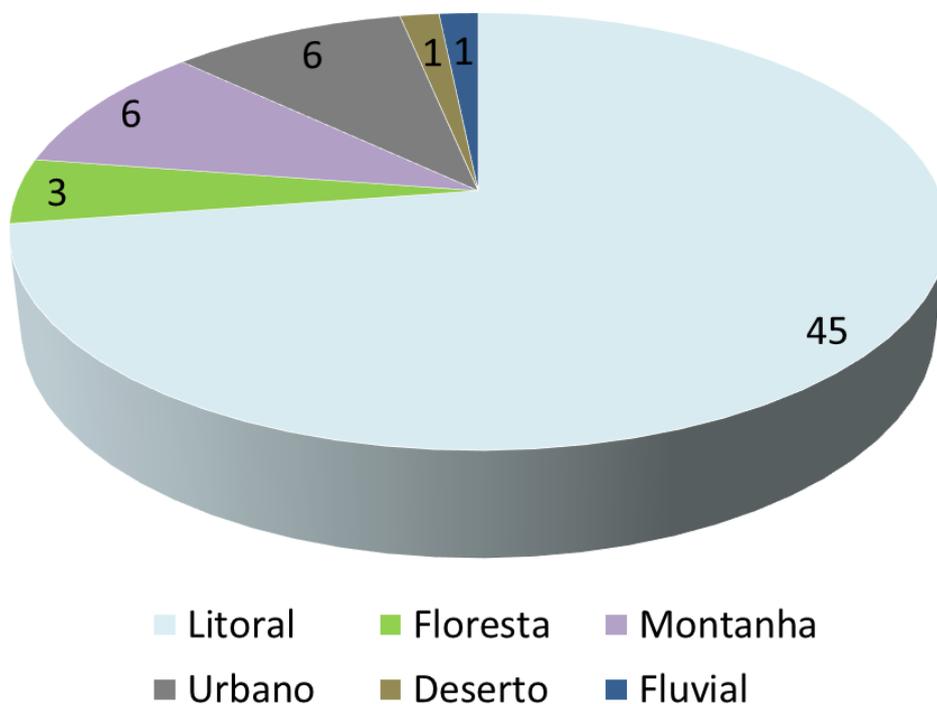
A EDITORA E PRODUTORA QUAL atua no mercado de publicações há 20 anos e em 2013 lançou a Revista QUAL VIAGEM que em apenas 6 anos se tornou a revista de Turismo de MAIOR CIRCULAÇÃO no Brasil.

Somadas as edições IMPRESSA e DIGITAL, a *Qual Viagem* chega nas mãos (e nos smartphones, tablets e PCs) de mais de 60 mil leitores ávidos por notícias do Turismo Nacional e Internacional.

Das três publicações abordadas, esta é a que mais se aproxima das tipologias mais convencionais de turismo e dos destinos mais consolidados ao redor do mundo. Além disto, a quantidade de exemplares disponíveis em formato digital a torna uma importante fonte de informações sobre a imagem turística dos destinos em foco (Apêndice C).

Outra importante informação disponível no *site* da publicação é a de que além de suas fileiras de repórteres e fotógrafos, a revista também conta com a colaboração de *blogs* de viagem, utilizando-se assim de um recurso cada vez mais comum e relevante na propagação da imagem de destinações em escala global e, neste caso, na aquisição de informações relevantes sobre experiências turísticas.

Gráfico 7 – representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pela Qual Viagem com uso do termo "paraíso" (2013 - 2020).



Fonte: QUAL VIAGEM, 2020. Elaboração: CASTRO, 2019.

O gráfico 7 torna muito clara a importância da zona costeira como espaço turístico, representando o paraíso em mais de 70% das 62 matérias incluídas no levantamento realizado. E esta importância, em grande parte, se deve aos aspectos naturais constantemente presentes e dinâmicos, à ambiência litorânea *per se*, às possibilidades de isolamento³⁵, aos serviços turísticos de alimentação e hospedagem notadamente verificados, e às atividades de lazer disponíveis nos destinos.

Pode-se afirmar que o paraíso turístico da Qual Viagem se encontra à beira mar, como a publicação afirma nas matérias "Ubatuba: praias e ilhas formam um paraíso no Litoral Norte de São Paulo", "Maraú, na Bahia, é um paraíso pouquíssimo habitado", "Vila de Santo André: um paraíso baiano" e diversas outras.

Outra característica do paraíso da revista Qual Viagem, diferentemente dos outros dois magazines, é a importância conferida ao turismo de sol e praia como segmentação principal. Desta forma, para além das atividades náuticas possíveis (que

³⁵ No contexto da Qual Viagem, os destinos que possibilitam isolamento não são necessariamente destinações alocêntricas, verificadas na revista *Go Outside*, mas destinos turísticos que já se encontram no estágio de envolvimento turístico, de acordo com o CVAT, ou áreas contíguas que por diversos fatores (logísticos, ambientais ou infraestruturais) ainda não foram dinamizadas.

também são muito importantes em diversos casos), a ambiência litorânea é por si só elemento fundamental para a imagem fotográfica atrativa dos lugares mostrados.

Sobre a segmentação turística, cabem algumas considerações. O fato de determinada matéria expor um destino litorâneo não significa que a principal segmentação turística exposta seja o turismo de sol e praia. Exemplos disto são os paraísos alocêntricos da *Go Outside* e da *National Geographic*, que mesmo sendo litorâneos, têm como principais segmentações o ecoturismo, o turismo de aventura e o turismo de esportes náuticos.

Isto não significa dizer que nestas destinações não existam turistas que realizem os tradicionais banhos de sol e mar, mas sim que estes não são os principais motivadores das viagens, como é o caso das matérias trazidas pela *Qual Viagem*. Sobre estas motivações, o quadro 7 mostra maiores detalhes.

Quadro 7 – potencialidades dos paraísos da revista *Qual Viagem*.

Termos	Menções (cada)
Natureza.	35
Sol e Praia.	20
Cultura.	14
Esportes náuticos.	8
Praias desertas.	6
Arquitetura, equipamentos turísticos, esportes de aventura.	5
Tranquilidade.	4
Mergulho, naturismo, relevo, <i>resorts</i> , luxo.	3
Modernidade, surfe, cruzeiros, vida silvestre, vida noturna, baixas temperaturas.	2
Gastronomia, quedas d'água, <i>Grand Canyon</i> , observação de aves, fiordes, exclusividade, Rota das Emoções, águas calmas, cadeias montanhosas, artesanato, orla, circulação a pé, ambiência litorânea, futebol, LGBT, monumentos históricos.	1

Fonte: QUAL VIAGEM, 2020. Elaboração: CASTRO, 2019.

A exemplo dos outros dois magazines, a natureza é elemento fundamental para caracterização do paraíso turístico da *Qual Viagem*, presente em mais da metade das matérias selecionadas. Mas após análise mais atenta, verifica-se que a importância deste atrativo é ainda maior que o exposto, sobretudo por sua interconexão com outros termos utilizados.

De acordo com o Apêndice C, a natureza está presente em boa parte das matérias (35 das 45 totais) que trazem o litoral como paraíso turístico. Contudo,

mesmo quando não aparece textualmente, pode ser incluída através dos termos sol e da praia (citados 20 vezes), relevo (3), vida silvestre (2), quedas d'água, fiordes e cadeias montanhosas (citados uma vez cada).

As menções aos aspectos culturais (14 totais) tanto denotam o contato com populações locais e os respectivos modos de vida, caso das matérias sobre as viagens à Ilha de Páscoa (e sua população local) e ao *Grand Canyon* (e a cultura indígena da região), como também referem-se às atividades artísticas e culturais disponíveis. Pode-se afirmar então que o contato com outras tradições e suas respectivas manifestações culturais são partes importantes da definição de paraíso da revista Qual Viagem.

As possibilidades de realização de esportes náuticos (citadas oito vezes) e a existência de praias desertas próximas aos destinos visitados (seis citações) juntamente ao usufruto de condições de tranquilidade (4) ressaltam a demanda por diferentes dinâmicas existentes nas zonas de praia no mundo. São estes os casos dos destinos que possibilitam realização do surfe, caiaque, *windsurf* e pesca em *Cape Cod* (EUA) e o mergulho em Fernando de Noronha/PE, ou a tranquilidade dos destinos pouco dinamizados como Ponta do Corumbau/BA e *Playa Bávaro* (Rep. Dominicana).

Outros atrativos relevantes no processo de caracterização do paraíso da Qual Viagem são as menções à arquitetura dos destinos abordados, os equipamentos turísticos existentes (sobretudo das tipologias de hospedagem) e a realização dos esportes de aventura (citados cinco vezes cada).

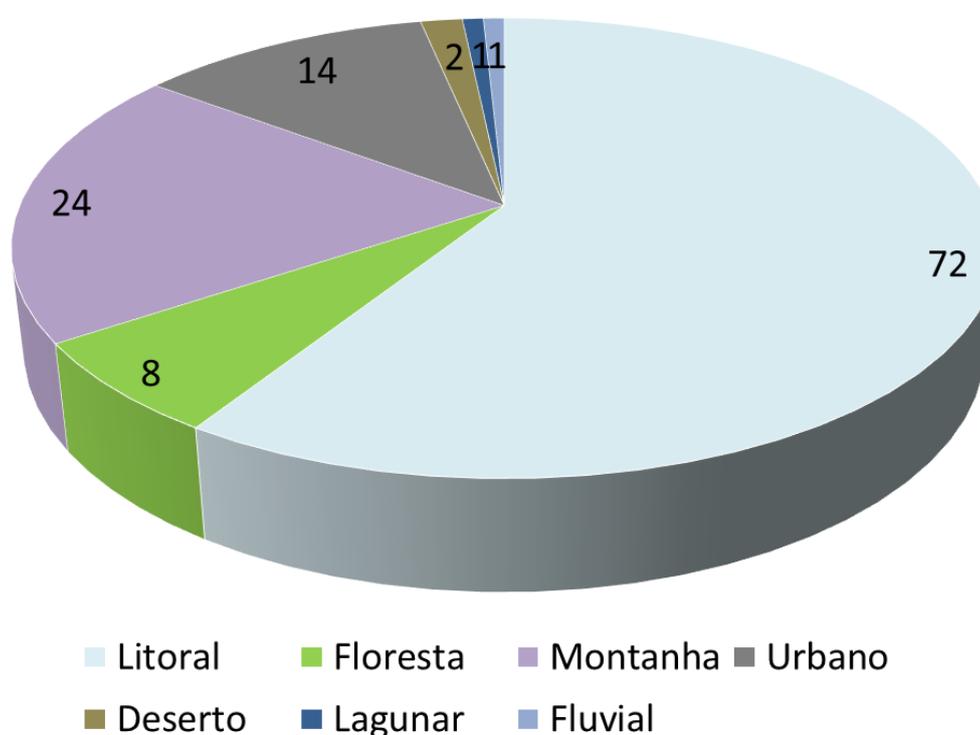
As menções a tais atrativos denotam a importância da existência de boas condições de hospedagem, como no caso das redes hoteleiras presentes na Península de *Nayarit* (México), e, sobretudo, de opções de patrimônios arquitetônicos a serem contemplados, como nos casos disjuntos de Dubai (Emirados Árabes) e Ilhéus/BA, e atividades que envolvam o contato com a natureza, como nos casos de Ilha Grande/RJ e o arquipélago de Alcatrazes/SP.

Desta forma, o paraíso da Qual Viagem pode ser caracterizado pela quase onipresença da natureza em ambientes litorâneos. Pode-se afirmar ainda que existem relevantes contatos com patrimônios culturais arquitetônicos dos destinos visitados, enquanto os contatos com os patrimônios vivenciais (MENESES, 2000) acontecem de forma menos presente.

Ainda, o estereótipo do paraíso do magazine tem como foco os destinos com infraestruturas turísticas de hospedagem de padrão elevado, como *resorts*, hotéis e, em alguns casos, pousadas. A experiência turística no paraíso da Qual Viagem envolve boas condições de hospedagem, atividades de contemplação dos patrimônios cultural, arquitetônico e natural, e possibilidades de realização de esportes náuticos e de aventura, mas nada que envolva grandes riscos e locais inóspitos. Tratam-se assim de experiências com caráter psicocêntrico, onde os eleitos deste paraíso percorrem caminhos bem menos tortuosos que o das revistas *Go Outside* e *National Geographic*.

Seria possível ainda realizar a análise dos dados dos três magazines em conjunto, o que acabaria por reafirmar a importância da paisagem litorânea e dos elementos naturais, assim como dos contatos culturais e de realização de esportes náuticos e de aventura como características definidoras do paraíso turístico destas publicações, como denotam o gráfico 8 e o quadro 8.

Gráfico 8 – representatividade dos diferentes ambientes naturais nas matérias publicadas pelas revistas *Go Outside*, *National Geographic* e *Qual Viagem* com uso do termo "paraíso".



Fonte: *GO OUTSIDE*, 2020; *NATIONAL GEOGRAPHIC*, 2020; *QUAL VIAGEM*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2019.

Presente em cerca de 60% das matérias incluídas no levantamento, o litoral pode ser considerado como a representação mais preponderante do paraíso turístico

das três revistas abordadas, seguido de longe pelas regiões montanhosas (19,6%) e áreas urbanas (11,5%). E a representatividade verificada junto a uma das plataformas mais tradicionais de publicidade em turismo, longe de parecer aleatória, será verificada também na análise feita adiante referente a outros âmbitos de agentes de turistificação do espaço, caso dos turistas.

E isto em muito se deve ao processo, ressaltado por Jarratt (2015), de constituição dos ambientes litorâneos como lugar. Ao utilizar o termo *seasideness*³⁶, o autor busca denotar o conjunto de sentimentos e emoções positivos evocados ao menor contato com o mar, sendo este uma parcela do espaço significativa o bastante para marcar os sujeitos que a visitam.

Jarratt (2015), ao analisar os sentimentos mais comuns entre os entrevistados em um balneário da Inglaterra, ressalta que são bastante comuns as menções ao bem-estar, restauração, espiritualidade, reconexão, nostalgia e infância. Mencionados sentimentos estão interligados e estão todos associados à praia, sendo intensificados pelos sentidos do espectador à beira mar.

Ao longo do tempo a praia foi e continua a ser, de acordo com Sharpley e Jarratt (2017), o espaço físico onde religião, espiritualidade e mar se conectam entre si. Como cita Preston-Whyte (2004, p. 353):

O simbolismo ligado ao amanhecer e o ato de limpeza de imersão que ocorre durante cerimônias religiosas nas praias provavelmente existe há muitos anos. Essas ações parecem induzir nos crentes um sentimento de paixão religiosa que confere à praia um significado especial. Torna-se um espaço liminar no qual os *status* normais são temporariamente suspensos; este torna-se assim um lugar sagrado.

Esta conjunção entre ambiente, condição humana e crença numa força criadora, de acordo com Jarratt (2015), acaba por tornar-se uma oportunidade de alcançar uma experiência sublime, capaz de transcender as capacidades humanas.

E por isto os momentos de observação e contemplação dos ambientes de praia, em geral, evocam questões existenciais referentes à vida, à espiritualidade e ao lugar no mundo. Desta forma, o contato com o mar e com os ambientes de praia, ainda que não possa ser comprovadamente considerada uma experiência de contato com algo sobre-humano, pode ser considerada como evocativa de expansão do

³⁶ Numa tentativa de tradução, o termo significaria maritimidade, abordada por Dantas (2011) ao se referir ao processo de valorização da praia pela sociedade ocidental.

pensamento através da experiência junto à natureza em um de seus estados mais dinâmicos.

A prevalência do litoral como representação paradisíaca na modernidade está intimamente ligada à disponibilidade de elementos naturais neste ambiente e à mera lembrança evocada da natureza intocada de outrora. E isto pode ser verificado através dos atrativos ressaltados pelo conjunto das matérias sobre o paraíso turístico nos magazines considerados no levantamento, presentes no quadro 8.

Quadro 8 – potencialidades dos paraísos das revistas *Go Outside*, *National Geographic* e *Qual Viagem*.

Termos	Menções (cada)
Natureza.	69
Esportes de aventura.	24
Sol e Praia.	21
Cultura.	16
Esportes náuticos.	13
Equipamentos turísticos.	10
Arquitetura, relevo.	8
Vida silvestre, ciclismo, mergulho.	7
Praias desertas.	6
Luxo, tranquilidade.	5
Baixas temperaturas.	4
Naturismo, <i>resorts</i> , surfe, vida noturna.	3
Modernidade, cruzeiros, cachoeiras.	2
Gastronomia, <i>Grand Canyon</i> , observação de aves, fiordes, exclusividade, Rota das Emoções, águas calmas, cadeias montanhosas, artesanato, orla, circulação a pé, ambiência litorânea, futebol, LGBT, monumentos históricos, população local, vegetação de frutíferas, golfe, vinícolas, floresta, ilhas, comércio, serviços, patrimônio histórico, geologia marinha, conservação ambiental, biodiversidade, <i>kite surf</i> , esqui, deserto de sal.	1

Fontes: *GO OUTSIDE*, 2020; *NATIONAL GEOGRAPHIC*, 2020; *QUAL VIAGEM*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

O quadro acima exposto possibilita a chegada ao primeiro marco na busca pela caracterização (mas ainda não uma definição) do paraíso das revistas de turismo e viagens. Pode-se afirmar com exatidão que a presença da natureza é elemento fundamental para o uso do termo paraíso, posto estar presente em mais da metade das 122 matérias incluídas na pesquisa (69 totais).

Mencionado atrativo, ou característica, está indissociavelmente ligado às menções ao sol e praia (21), às praias desertas (6), ao relevo (8) e à existência de

vida silvestre (7) enquanto indiretamente associa-se à realização dos esportes de aventura (24), esportes náuticos (13) e mergulho especificamente (7). Este conjunto de termos ligados aos ambientes naturais e às práticas nestes realizados denota o afloramento, cada vez mais comum e presente nos discursos e ações, de mitos ligados à busca da natureza primitiva (ou pelo menos algo próximo a isto), como ressalta Diegues (2001, p. 36):

A concepção de áreas naturais protegidas como natureza selvagem parece ser um desses neomitos. Nela parece operar-se uma simbiose entre o pensamento racional e o mitológico. Nesse conjunto de representações sobre o mundo natural intocado e intocável existem elementos claros que reportam ao pensamento empírico-racional, como a existência de funções ecológicas e sociais da natureza selvagem (o conceito de biodiversidade, por exemplo), dos processos ecológicos do ecossistema. De outro lado, existem nesse neomito elementos míticos claros que reportam à idéia do paraíso perdido, da beleza primitiva da natureza anterior à intervenção humana, da exuberância do mundo natural que leva o homem urbanizado a apreciar o belo, o harmonioso, a paz interior proveniente da admiração da paisagem intocada.

Outra importante característica do paraíso dos magazines de turismo, considerando o conjunto de matérias, é o contato com os patrimônios culturais e modos de vida dos destinos visitados, com 16 menções totais. E isto em muito se deve ao processo de espetacularização dos aspectos culturais dos destinos turísticos.

Segundo Meneses (2012), a concepção de patrimônio cultural deve ser entendida não somente através do enfoque das políticas de patrimonialização e tombamento, mas deve englobar também os aspectos cotidianos da vida dos residentes, ou os modos de vida das populações residentes dos destinos turísticos, como verificado em diversas das matérias inclusas.

O autor afirma então que as parcelas do espaço onde são verificadas manifestações de identidade de um ou vários grupos podem ser vistas como o patrimônio cultural material. Enquanto os modos de vida, as ações cotidianas e mesmo os mais simples gestos têm sentido e importância quando se trata de conferir um conteúdo vivo e dinâmico nos espaços de memória, sendo assim patrimônios imateriais ou, nas palavras do autor, patrimônios vivenciais (MENESES, 2012).

Neste contexto é fundamental compreender que a ideia de patrimônio cultural como atrativo turístico está intimamente relacionada à demanda pelo contato com realidades díspares das vividas pelos turistas em potencial. Sobre esta questão,

Poulot (2009) ressalta que há uma constante busca pela valorização do que se considera patrimônio com objetivo de permitir a transmissão de valores estéticos, modos de vida, bens arquitetônicos e habilidades humanas.

Outros atrativos que são importantes para caracterização do paraíso dos magazines são as menções aos equipamentos turísticos (10), aos serviços de luxo (5) e às possibilidades de realização de ciclismo (7 citações). Enquanto esta última dá ideia de liberdade de circulação e contato com áreas distantes do entorno dos destinos, as duas primeiras ressaltam os acessos do turista a importantes condições de hospitalidade, o qual pode optar por não fazer qualquer esforço no local escolhido como destino.

O eleito deste paraíso deve, através dos serviços contratados, ser bem servido, pois ele pode pagar por isto. Assim, o acesso ao paraíso luxuoso não se dá mais pela bondade ou pelos feitos heroicos, mas pela quantidade de dinheiro possuído e pelo bom gosto na escolha do destino e dos serviços contratados.

Pode-se assim, numa tentativa de sintetizar as características do paraíso dos magazines, conceituá-lo como destino à beira mar repleto de patrimônios naturais (fauna e flora) relativamente preservados que simulam a natureza primitiva, permitindo ao turista o contato através de esportes náuticos e de aventura. Neste edênico moderno o turista busca o contato, em diversos níveis, com o patrimônio cultural e vivencial do destino visitado, ao passo que usufrui de serviços de elevado padrão, permitindo que os momentos de descanso sejam efetivos e repletos de regalias.

A busca pela conceituação do paraíso turístico das revistas de turismo tem como intuito inicial permitir a compreensão das características valorizadas ao longo do processo de construção social dos signos turísticos permeados pelos símbolos sacralizados. Isto não significa dizer que a leitura dos magazines possa ser tratada como dogma, posto sua natureza essencialmente publicitária e informativa.

Mas sua importância não pode ser minimizada, posto ser um dos primeiros veículos de informação especificamente voltados para divulgação dos destinos turísticos. E essa importância pode verificada nas palavras de um repórter da *Go Outside*, em dúvida sobre o impacto de uma de suas reportagens sobre Belize e a chegada do turismo de massa alguns anos depois (*GO OUTSIDE*, 2014):

De volta aos Estados Unidos, eu sentia pontadas de remorso. Será que ajudei a infestar Belize de um turismo de massa bruto e sem alma? Eu já havia visto isso acontecer em lugares como Patpong, na Tailândia, que era um pacato subúrbio de Bangcoc, antes de se tornar um labirinto de neon, clubes meia-boca, show sexuais estranhos e tráfico de humanos.

Não que eu pudesse tomar para mim todos os créditos do que acontecera em Belize. Mais cedo ou mais tarde, o lugar seria descoberto pelas massas. Mas, como eu disse para Alex durante nosso voo de São Francisco, nos EUA, até Ciudad de Belice: “As palavras podem ser poderosas – até mesmo as palavras idiotas de uma revista de viagem”.

Mas as revistas de turismo não são os únicos meios de propagação da imagem fotográfica dos destinos, assim como não podem ser considerados os mais efetivos, sobretudo por conta do público restrito que atingem³⁷. Existem ainda outros veículos capazes de propagar de forma mais efetiva as imagens turísticas dos destinos.

Gretzel e Fesenmaier (2009), ao abordar as relações entre a indústria do turismo e as tecnologias da informação, ressaltam os impactos dos custos operacionais nas plataformas convencionais de publicidade turística, casos dos magazines, programas de televisão, folhetos e cartazes.

As viagens aos destinos objetos das matérias, as capturas de imagens em vídeos e fotos, a edição das mídias coletadas, a elaboração de textos publicitários, a impressão dos exemplares e a distribuição são apenas alguns dos custos a serem considerados no âmbito da criação de produtos de entretenimento turístico impressos ou televisionados. E diante destes custos verifica-se, como alternativa ou complemento, o uso mais aprofundado de plataformas modernas para a publicidade turística (GRETZEL; FESENMAIER, 2009).

Com a ampliação da cobertura e do consequente acesso à *internet* através de redes residenciais e celulares, surgiram novas possibilidades de construção e ampliação do alcance das imagens turísticas dos destinos. *Sites* e mecanismos de buscas *online* tornaram-se ferramentas essenciais para o turismo contemporâneo.

Contudo, outra dinâmica é ainda mais fundamental no que tange às possibilidades obtidas com o avanço das tecnologias da informação e do acesso à

³⁷ Questões como assinaturas mensais com valores inacessíveis à maioria da população e limitações logísticas de circulação das edições impressas são fatores que reduzem em muito o alcance deste veículo.

internet: a transformação do consumidor em instrumento de propaganda e publicidade de produtos e serviços, o que inclui a atividade turística.

Mencionada dinâmica, segundo Ferreira (2018), é o que constitui o cerne da *social media*. De acordo com a autora, as mídias sociais são responsáveis, na atualidade, por ressignificar a forma como as pessoas e organizações se comunicam e interagem, incorporando na *web* interações sociais, palavras, fotos, vídeos e áudios. As informações obtidas sobre determinada temática são mescladas às experiências do usuário e reproduzidas sob nova ótica.

No que diz respeito ao comportamento turístico nas mídias sociais, verificam-se ao menos três fases distintas. Na pré-viagem há busca por informações, fotos, vídeos e relatos sobre os destinos pretendidos, além da contratação de serviços de transporte e aquisição de documentação necessárias. Já na fase da viagem, o turista pesquisa sobre atrativos e compartilha experiências em tempo real, através de fotos e vídeos. E na fase pós-viagem, constata-se elaboração mais detalhada de relatos e produções audiovisuais, além da recomendação de empresas e serviços (FERREIRA, 2018).

Segundo a autora, ao acessar a *internet* em busca de informações, os turistas (FERREIRA, 2018, p. 13):

[...] procuram inspiração online (Oliveira & Panyick, 2015), onde o espaço sobre turismo é vasto e contém informações de diferentes partes, desde hotéis, companhias aéreas, organizações de publicidade do destino e até dos próprios consumidores, através de fóruns e blogs (Mack *et al.*, 2008; Kiráľová & Pavlíčeka, 2015). Esta informação serve para preparar, tomar decisões, enriquecer a sua própria experiência de viagem (Roque & Raposo, 2015) e na medida do possível, minimizar o risco percebido envolvido no processo de tomada de decisão (Jonas & Mansfeld, 2015).

Através de *sites*, redes sociais, *blogs*, fóruns, aplicativos e *softwares*, os usuários passaram a ter liberdade para divulgar informações, conhecimentos e opiniões *online*. Isto é, o conteúdo não é apenas consumido pelas pessoas, mas também produzido e partilhado, caracterizando assim, segundo Iglesias-Sanchez *et al* (2020) os Conteúdos Gerados pelos Usuários (CGU).

Pode-se afirmar que esta não é a primeira vez que consumidores atuam como agentes de promoção, posto a existência dos relatos boca a boca capazes de formatar imagens de produtos ou serviços. Mas a partir de meados da década de

2000, com a criação de *sites de streaming* e a posterior inserção de instrumentos de monetização para usuários criadores de conteúdos³⁸, estão estabelecidas condições mais favoráveis para atração de pessoas interessadas em criar mídias externas às plataformas convencionais.

E não foram apenas os usuários que se beneficiaram com a mencionada dinâmica, mas também parte das mídias convencionais. Exemplo disto é que a supracitada revista *Qual Viagem* conta com vários parceiros criadores de conteúdo ou, numa terminologia mais comum, *vloggers*³⁹ de viagem.

Não é de se estranhar que ao invés de contar com inúmeros repórteres e fotógrafos, as edições possam ser compostas com custos bem menores por relatos de viagem de produtores de conteúdo que já ganham paralelamente por isto, possuem equipamentos de fotografia e gravação, se comunicam de maneira muito particular com o público e, por isto, podem influenciar pessoas a adquirir produtos ou serviços de empresas e marcas parceiras ou não.

E este processo, de acordo com Gretzel e Fesenmaier (2009), se justifica pela influência que experiências e avaliações de outros usuários exercem sobre os turistas em potencial. Citam os autores que (GRETZEL; FESENMAIER, 2009, p. 562-563):

Mais notavelmente e recentemente, as chamadas tecnologias Web 2.0 (GRETZEL, 2006), que são baseadas no conteúdo gerado pelo usuário e nas redes sociais, fornecem desafios crescentes aos profissionais de publicidade turística (SCHMALLEGGER; CARSON, 2008). Estratégias dispendiosas de marca empregadas pelos profissionais de publicidade turística podem ser facilmente prejudicadas por análises e blogs de consumidores. Estes conteúdos são percebidos como mais críveis do que aqueles constituídos pelo marketing e são extremamente mais propícios a serem encontrados em pesquisas, tornando provável que estes atinjam maiores taxas de exposição e maior impacto sobre os consumidores (YOO; GRETZEL, 2008). Enquanto o conteúdo gerado pelo usuário alimenta os profissionais de publicidade turística com informações valiosas sobre os consumidores, modos eficientes de apreender sentimentos ainda não foram encontrados e os profissionais de publicidade ainda não

³⁸ De acordo com o *site* Tecmundo (2017), o *Youtube* é criado em 2005 e em 2007 cria o programa de parcerias para monetização de criadores de conteúdos, através do qual anúncios são inseridos em momentos dos vídeos e geram receita para a plataforma e para os usuários.

³⁹ Numa tradução direta, o *vlog* ou *video log* se trata de um registro em vídeo, que pode tratar de viagens, moda, cotidiano, cosméticos, estilo, etc.

aprenderam a responder aos comentários e aproveitar as oportunidades trazidas pelas aplicações Web 2.0 (O'CONNOR, 2008).

A atuação dos *vloggers* consiste em viajar e relatar histórias e impressões, mantendo ou omitindo certos detalhes, aumentando ou reduzindo certos elementos, inserindo ou removendo sons, descrevendo as emoções sentidas ao visitar determinadas localidades, oferecendo dicas de produtos e serviços a serem adquiridos antes, durante e depois da viagem. E essa experiência pode ser categorizada através da adição de etiquetas (*tags*), que podem conferir vários significados a cada vídeo publicado.

As experiências relatadas pelos criadores de conteúdo, por sua abrangência e acessibilidade atual, têm se constituído em elementos cada vez mais importantes nos imaginários coletivos sobre viagens e diferentes parcelas do espaço global. Por estarem na posição de consumidores, mencionados agentes realizam o uso dos mesmos serviços turísticos almeçados pelo turista em potencial, ressaltando assim as características e observações que podem tornar a experiência turística mais agradável.

Ainda, segundo Goldsmith (2015), a influência das redes sociais reside na possibilidade de compartilhamento de opiniões, informações, atos e sentimentos, provocando nos espectadores motivações refletidas naquilo que é assistido. O autor infere ainda sobre como a influência social se manifesta através: da imitação do consumo observado de serviços e/ou produtos; dos conselhos e opiniões obtidos através de busca na *web*; de conversas informais que ofereçam informações; e pela identificação e participação em grupos sociais como família, clubes, organizações de classe e religiosas.

Existem então inúmeras formas pelas quais o contato entre o usuário e o produtor de conteúdo acontece. Seja através de textos, fotos, vídeos e áudio, basta que o conteúdo produzido responda a alguma demanda do usuário para que este torne-se alguém disposto a ser influenciado pelo produtor em questão. O usuário busca assim reproduzir as ações e roteiros estabelecidos, responder a questões pessoais com experiências alheias, escutar algo que seja condizente com aquilo que ele acredita, e corroborar com ações que beneficiem determinado grupo social do qual faz parte.

Desta forma é possível entender que pelo valor das opiniões dos consumidores nas esferas publicitárias, pessoas comuns tenham galgado ao posto midiático de formadores de opinião. Isto é, as peças publicitárias, anteriormente estreladas por celebridades do cinema e dos esportes, tornaram-se investimentos menores e mais carregados pela opinião de consumidores.

Sobre isto, ressaltam Gretzel e Fesenmaier (2009, p. 569-570) que:

Em contraste com as conversas tradicionais sobre as aventuras, acontecimento engraçados, ou outros tipos de momentos memoráveis de viagens passadas, a comunicação sobre experiências de viagem em blogs, sites de compartilhamento de vídeos e fotos, sites pessoais, e outros sites de conteúdo gerado por consumidores ganha importância com uma audiência que tem interesses mais alinhados com o assunto e comumente reside fora dos limites do círculo social usual. Blogs oferecem novos níveis de interatividade e difusão imediata de uma história que não eram possíveis anteriormente e têm a vantagem de se assemelharem aos tradicionais diários de viagem, que costumavam ser escritos por muitos viajantes.

Por conta da interatividade com o *vlogger*, da difusão quase instantânea do conteúdo e da possibilidade de classificação temática, mencionadas plataformas verificam um crescimento bastante considerável na quantidade de acessos e dos consequentes espectadores nos últimos anos.

Mas para que tudo isso aconteça, diferentemente dos relatos orais sobre a viagens e da leitura das revistas de turismo, foi necessário que o meio técnico-científico informacional constituísse as possibilidades vigentes para a existência de tecnologias cibernéticas e seus respectivos recursos (SANTOS; SILVEIRA, 2011).

Sobre o significado da *cyber technology*, Shih (1998) denota alguns importantes pontos. Inicialmente, podem ser definidas como tecnologias cibernéticas aquelas que impactam as diversas relações no ciberespaço. Isto significa dizer que, ao passo em que formas de comunicação convencionais modernizavam a transmissão de informações unidirecionalmente, as atuais tecnologias criam verdadeiros ambientes virtuais capazes de receptor relações sociais, comerciais, políticas, financeiras, culturais e afetivas.

Uma das características principais das tecnologias cibernéticas é a nitidez com a qual as informações podem ser transmitidas, sem grandes distorções neste processo (SHIH, 1998). Enquanto plataformas como as revistas se restringem à imagética dos lugares e produtos turísticos e o rádio consegue fornecer com certo

grau de nitidez os sons, as atuais plataformas de *streaming* e redes sociais fornecem acessos a imagens, sons, textos e inclusive a possibilidade de consumo em alta resolução⁴⁰ e instantaneamente.

Outra importante característica das tecnologias cibernéticas é a sensação de interatividade entre usuários e páginas acessadas. Se anteriormente as comunicações se davam de forma lenta e impessoal, casos das caixas de *e-mail* e do serviço postal, o ambiente virtual na atualidade possibilita o envio de arquivos, sinais de *GPS* e emissão de chamadas telefônicas, enquanto redes sociais disponibilizam transmissões ao vivo para usuários em viagem, nas quais há interações instantâneas.

Possuindo à disposição um ciberespaço que pode ser moldado à sua vontade e que, tecnicamente, não possui um caminho ou roteiro pré-estabelecido de acesso, o usuário, segundo Shih (1998), tem acesso à terceira característica fundamental das tecnologias cibernéticas: experiência da telepresença. Ao se deparar com a nitidez sensorial da informação, além de interagir com o ambiente virtual e conteúdos nele inclusos, o usuário tem a sensação de fazer parte deste espaço virtual, buscando estímulos ao maior número de sentidos e satisfação do maior número de desejos.

E uma última característica do ciberespaço é sua capacidade de possibilitar o processo de bricolagem. Shih (1998) explica este processo como um aprendizado de habilidades e aquisição de conhecimentos realizados através do contato com imagens, descrições, vídeos e experiências de usuários na *internet*.

De acordo com o autor, boa parte do que o indivíduo aprende durante a vida está relacionado ao contato com o objeto de estudo, que permite aprender através da interação. E é isso que o usuário realiza ao acessar o ciberespaço, pois mesmo sem grande conhecimento, é possível acessá-lo e fazer movimentos de progressos e recuos. Não é primordial que haja um aprendizado formal para que pessoas de diversas faixas etárias consigam a acessar *sites*, *blogs*, vídeos e demais conteúdos dentro da plataforma.

⁴⁰ Apesar de estarem condicionados às capacidades dos equipamentos e das conexões dos usuários, plataformas de vídeo como o *YouTube* já possuem opções de reprodução em qualidade 4K (3840x2160 *pixels*), enquanto muitos celulares já incorporam recursos de áudio como *Dolby Digital* e outros.

Desta forma, Shih (1998, p. 10-13) elabora duas proposições explicativas sobre o comportamento do usuário no ciberespaço:

Proposição 1: quanto maior a nitidez, a interatividade e a habilidade do usuário em controlar a interface computacional no ambiente virtual,

- a) maior o grau da telepresença,
- b) mais usuários se sentirão imersos no ambiente virtual,
- c) mais tempo os usuários irão passar no ambiente virtual,
- d) mais positivo será o sentimento afetivo que o usuário experimentará, e
- e) maior a probabilidade dos usuários repetirem as visitas.

Proposição 2: quanto maior a oportunidade do usuário controlar a interface computacional no ambiente virtual,

- a) mais o usuário irá praticar a bricolagem, e
- b) o usuário irá reter a informação adquirida por mais tempo.

As proposições contribuem para o melhor entendimento do processo que inicia com o uso do computador ou dispositivo móvel, considera os níveis de clareza e interatividade do conteúdo disponível, e ressalta a decorrente ampliação das escalas de imersão, tempo de permanência, aproximação em relação ao conteúdo, quantidade de visitas, aprendizado cíclico através da experiência e retenção de conteúdo.

Desta forma, além de ser uma fonte de conteúdos multiforma diversos, a *internet* e o processo de inclusão do usuário como produtor de mídia e formador de opinião se constituem para muitas pessoas como uma das plataformas mais democráticas e discutíveis de informação e aprendizado.

Em relação à experiência turística, anunciada informação se constitui através de textos (*blogs*), fotos, vídeos (*vlogs*) e voz (*podcasts*) de pessoas que, apesar de não possuírem qualquer especialidade nas áreas de conhecimento ligadas à atividade turística, entregam a milhões de inscritos⁴¹ opiniões sobre os destinos, as condições logísticas, os estabelecimentos de hospedagem e alimentação, a paisagem e os atrativos verificados.

⁴¹ No *YouTube*, os espectadores têm a opção de se inscrever em canais, recebendo assim notificações sobre os vídeos mais recentes que, quando assistidos, geram receita para o criador de conteúdo. Mais recentemente foi inserida a opção de o inscrito tornar-se membro de um canal, contribuindo com valores mensais que são recebidos pelo proprietário do canal.

Sobre esta questão, ao ressaltar a produção de conteúdo pelos viajantes e a análise destes documentos pelas ciências humanas, Silva (2017, p. 129) denota que:

Nesse sentido, parte-se do princípio de que ao vivenciar a paisagem turística, e extrair imagens, registros de viagem, sendo quase sempre “ator desse enredo”, o viajante sintetiza uma representação de certo particular-individual. Mas também colabora em grande medida (no turismo de massa – experiências repetitivas) com uma representação pública-coletiva acerca dos locais visitados e experienciados. Sendo assim, essas paisagens acabam por se tornar fontes cada vez mais frequentes nas análises de áreas das ciências sociais – análise aqui estruturada para uma discussão sobre o turismo.

Conforme o viajante cria sua representação do destino visitado, ao expô-la, também contribui para a sedimentação de uma representação coletiva deste. Desta forma, os aspectos descritos por Shih (1998) – nitidez, interatividade, telepresença e bricolagem – são indispensáveis para a efetiva difusão da informação e consecução do objetivo fim: maior geração de receita.

O produtor de conteúdo digital ainda possui outros valiosos recursos que o diferenciam das mídias convencionais e permitem aplicação mais efetiva das quatro características do ciberespaço, como a liberdade de edição, o uso da linguagem coloquial, pouca ou nenhuma convenção sobre vestimentas, e maior flexibilidade expositiva em relação a marcas e produtos.

Estes *vloggers*, alçados na atualidade à posição de influenciadores digitais, são capazes de criar, ou ao menos intensificar, tendências de visitação e aquisição de serviços e produtos. E é neste quesito que a abordagem aqui realizada busca pautar-se. Estes turistas, em geral, não se encaixam em qualquer aspecto da definição de viajantes alocêntricos.

Buscando entender melhor o papel destes agentes dentro do CVAT, cabe ressaltar alguns pontos sobre os *digital influencers*. Não são estes agentes que iniciam o processo de exploração turística das destinações, muito menos são responsáveis pela etapa de envolvimento, momento no qual a presença dos residentes é mais relevante.

Mas é possível inferir que estes podem ter certa atuação durante a etapa de desenvolvimento, quando há a chegada de considerável quantidade de turistas nos períodos de alta estação. Contudo, é de fato durante a etapa de consolidação de

destinações turísticas que os influenciadores digitais e *vloggers* acabam por ter maior impacto, posto haver necessidade de ampliar o alcance das ações de publicidade das destinações, dos empreendimentos e serviços existentes.

Mas até que ponto é possível analisar o impacto das ações de usuários de mídia social influentes nos fluxos e na propagação da imagem fotográfica de destinações turísticas? Ferreira (2018) ressalta o fato de que a temática é bastante nova e, por sua importância, tem suscitado diversas análises no âmbito acadêmico.

Na busca por conceituar o *digital influencer*, Andrade *et al* (2018) ressaltam que nas redes sociais existem usuários que são constantemente buscados por conta de suas abordagens e opiniões sobre determinada temática. Estes podem ser pessoas comuns, celebridades, atletas ou empresários que passam certa credibilidade e motivam seus seguidores a realizar determinadas ações. É desta forma que estes usuários se tornam influenciadores digitais, pois ao promoverem marcas, produtos, serviços, experiências e destinos turísticos, tornam-se bússolas de comportamento para o público seguidor.

Desta forma, para que alguém se torne um *influencer*, são necessárias algumas características bastante específicas. Inicialmente é importante que este indivíduo passe considerável credibilidade sobre o assunto abordado, mas não há nenhuma regra que trate de *expertise*, posto serem muito comuns que produtores de conteúdo recorram a inúmeras fontes secundárias para abordagem de um assunto (ANDRADE *et al*, 2018).

Outra importante habilidade dos influenciadores digitais, de acordo com Andrade *et al* (2018), é a capacidade de estes criarem, através de técnicas de programação neurolinguística⁴² e de publicidade, conteúdos virais em formatos de vídeos, textos, fotos e artes gráficas. Mencionados conteúdos, por suas combinações sonoras, gráficas e textuais, acabam por influenciar pessoas não somente a reproduzir os comportamentos assistidos, mas também a propagar o conteúdo recebido através de suas redes sociais.

⁴² De acordo com Almeida (2013a), a Programação Neurolinguística (PNL) se constitui num conjunto de técnicas de comunicação e conhecimentos das neurociências e da linguística com o objetivo de analisar os comportamentos humanos e o que os origina. Desta forma, através do uso de diferentes tipos de linguagem e do impacto destas nos sentidos humanos, torna-se possível aplicá-la no desenvolvimento de pessoas, de marcas e de campanhas de sucesso.

E uma última característica que compõe a figura do influenciador é a capacidade deste agente conferir um valor monetário à sua figura e às suas ações nas plataformas digitais. Assim, a figura do *digital influencer* torna-se um negócio, funcionando (guardadas as devidas proporções) nos mesmos moldes que as das celebridades da música, televisão e cinema. Sobre isto, Andrade *et al* (2018, p. 35) afirmam que:

A influência digital acaba se tornando uma nova profissão, sendo utilizada como uma ferramenta de marketing digital na propagação de novas marcas e/ou produtos, bem como serviços e lugares. Assim, muitas empresas fazem uso da confiabilidade e poder de propagação que o influenciador digital possui nas redes sociais para divulgar as novidades lançadas no mercado, através da “criação de conteúdo personalizado, o envio de produtos em primeira mão para que os influenciadores testem, lançamento de produtos licenciados e de livros, parcerias de viagens” (CERUTTI, 2016, p. 32).

Esta inserção do criador de conteúdo no mercado se deve ao fato de que, como afirmado anteriormente, os consumidores conferem maior confiabilidade às opiniões de outros consumidores. E é a partir da atuação destes agentes como formadores de opinião, que empresas e marcas são surpreendidas pela velocidade de propagação de informações e receptividade do público em geral, cada vez mais receoso frente à publicidade de mercado e mais crente em relação às opiniões de consumidores.

Barreiro, Dinis e Breda (2019), ao analisarem a influência dos formadores de opinião na atualidade, ressaltam a dinâmica de redução do número de pessoas em relação à televisão, ao rádio e às revistas. Mencionada tendência suscita modificações no mercado, que passa a compreender que o resultado da publicidade empresa – cliente passa a ser cada vez menos satisfatória.

Os *digital influencers* se constituem assim como intermediadores desta relação, como afirmam Barreiro, Dinis e Breda (2019, p. 8):

Os influenciadores digitais são um meio de promoção das marcas e produtos das organizações, bem como um meio de despertar desejo relativamente a esses produtos, pois são influências para a comunidade. 72% da geração Z (nascidos entre 1990 e 2010) afirma que os influenciadores digitais têm grande importância nas suas decisões de compra pois influenciam no processo de tomada de decisão das suas compras. Por outro lado, mais de 57% das marcas nos Estados Unidos da América têm um pressuposto específico para os influenciadores digitais, e 67% dos profissionais da área da

publicidade utilizou as parcerias com influenciadores digitais para alcançar as metas previstas nas suas estratégias. (grifo nosso).

Mencionada confiabilidade adquirida por estes agentes se deve, dentre outras motivações, à importância da publicidade boca a boca. Ao se colocarem na posição de consumidores e usuários de determinado produto ou serviço, os produtores de conteúdo se aproximam dos demais consumidores expondo suas opiniões e considerações, que podem ser patrocinadas ou não.

Cria-se aí, através da publicidade boca a boca, um canal interpessoal onde, segundo Andrade *et al* (2018), as opiniões parecem muito mais sinceras e verdadeiras. Busca-se assim incentivar pessoas a abordar determinados produtos ou serviços nos temas de suas conversas ocasionais, não havendo assim a necessidade de uso de campanhas publicitárias convencionais.

Para tanto, empresas recorrem ao *marketing* de influência, que consiste, de acordo com Ferreira (2018), numa parceria com fins publicitários. Nesta, o produtor de conteúdo pode ser remunerado através do recebimento de produtos, serviços ou valores para que realize a divulgação de marcas, empresas, produtos, serviços ou destinações.

Comentários, vídeos, fotos e avaliações positivas passam então a representar o principal objetivo do *marketing* de influência, posto serem exibidos durante 24 horas dos sete dias da semana, obtendo assim uma exposição muito maior e mais efetiva do que qualquer anúncio disponível nas mídias convencionais (ANDRADE *et al*, 2018)

Exemplos atuais deixam clara esta tendência. O turista em potencial até pode recorrer a empresas consolidadas no ato de contratação de pacotes de viagem, mas até decidir seu destino, as atividades a serem realizadas após a chegada lá, a empresa a ser contratada e outros detalhes da viagem, o mesmo deve buscar opiniões de outros consumidores, avaliações dos produtos e serviços desejados, além de sites de reclamações de empresas.

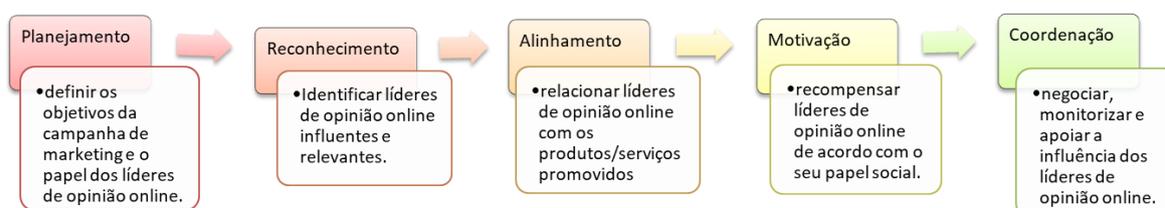
Ao passo em que marcas e empresas ressaltam as inúmeras qualidades de produtos e serviços aparentemente impecáveis nas campanhas publicitárias convencionais, as opiniões de consumidores podem suscitar questionamentos sobre

o funcionamento, a qualidade do pós-venda, as condições de pagamento, os possíveis percalços na aquisição e no usufruto do produto ou serviço adquirido.

É desta forma que o mercado busca, de formas cada vez mais explícitas e diversificadas, associar marcas e produtos às avaliações de clientes, suscitando não mais o questionamento sobre a veracidade das informações, mas a ponderação sobre os prós e contras na aquisição. Seguindo a mesma linha, surgem ainda *sites* voltados especificamente para exposição de reclamações e avaliações de marcas, produtos e serviços, permitindo a negociação entre clientes insatisfeitos e empresas alvos de críticas⁴³.

O *marketing* de influência se constitui junto ao mercado turístico de forma semelhante, posto a cadeia produtiva do turismo incluir, de acordo com Coriolano (2006), diferentes produtos, serviços e experiências. Intenta-se assim, por intermédio de produtores de conteúdo, ampliar o alcance do imaginário sobre uma destinação e desenvolvê-la a ponto de ser considerada como meta para as próximas viagens (BARREIRO; DINIS; BREDÁ, 2019). O gráfico 9 demonstra como ocorre o processo de escolha dos *digital influencers*.

Gráfico 9 – fluxo de etapas para integrar *digital influencers* na promoção de produtos/serviços.



Fonte: LIN *et al*, 2018 *apud* FERREIRA, 2018. Adaptação: CASTRO, 2020.

Ao viajar, os influenciadores não se tornam menos atuantes no meio digital. Como ressaltado, existem alguns nichos na produção de conteúdo que recorrem a viagens e, assim sendo, a prática turística pode possibilitar a geração de novos conteúdos ou ela ser um conteúdo em si.

⁴³ Criado em 2001, o Reclame Aqui é uma das plataformas mais estáveis para exposição de reclamações e críticas a produtos e serviços, possuindo considerável adesão dos usuários e das empresas. Atualmente recebe cerca de 40 milhões de visitas mensais, 600 mil pesquisas diárias sobre empresas, conta com mais de 15 milhões de usuários e 120 mil empresas cadastrados (RECLAME AQUI, 2020).

Estes agentes registram momentos das viagens em fotos, vídeos e textos, e a partir disto, contribuem para a propagação e promoção das imagens dos destinos (ANDRADE *et al*, 2018). Ainda, disponibilizam relevantes informações sobre os atrativos, as demandas logísticas de acesso, os custos de viagem, as diferenças entre serviços e a qualidade dos empreendimentos de hospedagem e alimentação frequentados.

Ainda, Andrade *et al* (2018), ao analisarem o papel do *digital influencer* na promoção turística, ressaltam que ao passo em que cada turista possui uma visão muito particular dos destinos visitados ou em vias de sê-los, é função do produtor de conteúdo digital estimular aspirações, fantasias, intenções e preferências capazes de impulsionar o espectador a buscar mais sobre a destinação turística em foco e realizar a viagem como consolidação desta curiosidade.

Assim, os formadores de opinião e influenciadores são concomitantemente consumidores e produtores, pois consomem paisagens, produtos e serviços referentes à prática turística ao passo em que produzem imagens e discursos referentes aos mesmos produtos e serviços, integrando assim a publicidade turística através da influência.

Essa paisagem consumida o é, de acordo com Panizza (2014), através do olhar do indivíduo em relação ao mundo, percebendo-o através dos seus sentidos e atribuindo valores subjetivos de cada um dos aspectos retratados da realidade em foco. Ainda, essa representação do olhar pode ser captada e inclusive influenciada por intermédio de fotos, descrições orais, sons, textos, imagens de satélites e artes plásticas.

Contudo, a representação da paisagem percebida não se trata efetivamente da realidade, pois depende das intencionalidades, de pontos de vista diferenciados, dos valores subjetivos do observador e do fato de estimular diretamente apenas parte dos sentidos dos espectadores, notadamente os casos da visão e da audição.

Por isso é importante lembrar que as imagens fotográficas representadas, desde os tempos remotos, obedecem às demandas dos indivíduos ou organizações que as elaboram e as propagam, e quando associadas aos discursos, mencionadas

representações ganham ainda mais coesão, possibilitando assim maior poder de convencimento.

Essas imagens, de acordo com Long e Robinson (2009), são representações da realidade mediadas por determinados agentes, sendo estabelecidas com o objetivo de conferir características a produtos, serviços ou parcelas do espaço. Mencionados agentes podem ser os consumidores, o estado em busca de criar tendências, o setor privado divulgando produtos e serviços, ou a mídia almejando publicizá-los.

No caso dos destinos turísticos, as imagens criadas através da atuação dos turistas, setor privado, planejadores e mídia têm a função de serem fontes de informação sobre a experiência turística, os atrativos e as potencialidades, assim sendo capazes de mediar os desejos, sonhos e o olhar do turista.

Neste contexto, ao atuarem na construção de imagens turísticas e na popularização de determinados produtos turísticos, os influenciadores digitais recorrem não somente às estratégias de exposição acima citadas, mas também ao acionamento dos termos que denotam valores eternos, como felicidade, amor, riqueza, beleza e, claro, o paraíso (DEBRAY, 1993).

Ao acionarem mencionados termos, por suas posições, os *influencers* não apenas qualificam os locais visitados e serviços utilizados. Isto as revistas e as campanhas publicitárias já fazem há anos e de formas bem mais criativas. Os produtores de conteúdo usam os valores eternos de formas implícitas e explícitas, criando assim avaliações, conferindo certificados de qualidade e transmitindo uma mensagem de confiabilidade.

E ao atuarem nesta frente como formadores de opinião, credenciam destinos e serviços a serem utilizados por outros consumidores, ainda que parte desta opinião possa ser mediada por pagamentos de cachês ou permuta entre serviços utilizados e divulgação nas redes sociais do influenciador.

Para compreender a influência dos produtores de conteúdo na formação das imagens dos paraísos litorâneos brasileiros, abordam-se critérios utilizados por Silva (2017) no levantamento e análise de conteúdo de *vlogs* de viagem no *YouTube*. Adaptados para o enfoque aqui estabelecido, os oito (8) critérios que serviram de base para inserir vídeos na amostra estão no quadro 9.

Quadro 9 – critérios para seleção de vídeos com o termo "paraíso" no YouTube.

Amostra	Pela impossibilidade de determinar a quantidade de vídeos e de canais atualmente ativos na plataforma (por inserções e remoções constantes), a amostra estipulada foi de 35 vídeos.
Palavras-chave	Foram inseridos os termos "paraíso", "turismo" e "viagem", permitindo o uso de derivados dos termos acima citados.
Data de postagem	Compreendendo o fenômeno recente dos influenciadores digitais, apenas vídeos postados a partir de década de 2010 serão considerados,
Duração do vídeo	Apenas vídeos com duração mínima de 5 minutos foram selecionados, por entender esse tempo como adequado para <i>vlogger</i> apresentar impressões e imagens.
Número de visualizações	Valorizam-se vídeos pela quantidade de visualizações, o que remete à relevância, ao alcance e ao poder de persuasão. Foram incluídos apenas vídeos com mais de 1000 visualizações.
Responsável pela postagem	Apenas foram considerados vídeos postados por canais que pertençam a indivíduos ou grupos de pessoas.
Destinos brasileiros	Ao analisar a atuação dos <i>influencers</i> na popularização das imagens de balneários litorâneos nacionais como paraísos turísticos, foram incluídos apenas vídeos sobre destinações nacionais.
Número de postagens	Uma das características de <i>influencers</i> é a frequência de postagem. A pesquisa optou por analisar <i>vloggers</i> com mais de 10 postagens.
Proporção curtidas - descurtidas	Curtidas significam a aprovação, enquanto descurtidas determinam descontentamento. Selecionaram-se vídeos que tinham mais curtidas que descurtidas.
Número de inscritos	Um <i>influencer</i> se caracteriza pela alta quantidade de pessoas que seguem suas postagens. Foram selecionados apenas vídeos de canais com mais de 5 mil inscritos.
Número de vídeos por destino	Para que haja consistência na amostra e que esta permita empreender a ideia de paraíso nas diversas regiões e ambientes do país, serão incluídos no máximo 2 vídeos por destino.

Fonte: SILVA, 2017. Adaptação: CASTRO, 2020.

A partir da adaptação dos critérios estabelecidos por Silva (2017), o levantamento aqui proposto constitui-se como importante base de dados referente aos discursos adotados pelos influenciadores digitais sobre as características do paraíso turístico e as imagens mais socialmente aceitas.

O levantamento também visa estabelecer melhor entendimento das condições logísticas de acesso aos destinos mostrados, dos atrativos locais e regionais (redes) ressaltados, das principais paisagens veiculadas durante os vídeos, dos sistemas de comércio e serviços turísticos, das parcerias realizadas para ou durante a realização da viagem, bem como das características infraestruturais dos destinos em questão.

E outras importantes informações obtidas através da análise dos conteúdos produzidos pelos *vloggers* são as estratégias utilizadas para garantir o engajamento

dos espectadores através da plataforma, o perfil dos produtores de conteúdo e os recursos minimamente necessários para a produção de vídeos mais interessantes.

Disponível no Apêndice D, a tabela mostra 35 vídeos selecionados através de busca pelas palavras chaves, aplicação de filtros e critérios de inclusão citados no quadro 9. Mencionados vídeos, após análise, tabulação das informações necessárias e caracterização dos conteúdos e produtores, revelam importantes elementos sobre a dinâmica atual de propagação das imagens turísticas.

Sobre os produtores de conteúdo, não há clara proeminência de um perfil único destes. Contudo, são constatáveis as relevantes participações de casais LGBT (gays e lésbicas), famílias nucleares (três a quatro membros), mulheres⁴⁴ e turistas estrangeiros provenientes da América do Sul. Verifica-se ainda pequena participação de homens solteiros e heterossexuais nas respectivas produções levantadas.

A consideração sobre os perfis destes *digital influencers* são importantes, pois fornece noções sobre a forma de abordagem e exposição dos temas das viagens realizadas. No caso dos casais LGBT e das mulheres, há exposição de bastante emoção e surpresa durante as viagens, denotando uma suposta singularidade daqueles destinos visitados.

Já as famílias recorrem à possibilidade de vários membros poderem explicar aspectos das viagens, em especial as crianças, constantemente acionadas como elementos socialmente atrativos. Já os conteúdos produzidos especificamente por homens, carregam em geral menos emoção e carisma, e trazem mais informações sobre as logísticas de acesso e condições de infraestrutura dos locais visitados.

Igualmente importante é a recorrência do uso da linguagem coloquial verbalmente exposta nos vídeos, permitindo assim aproximação em relação aos espectadores. Ainda, em geral os produtores de conteúdo realizam pesquisas prévias sobre as condições socioespaciais e históricos dos destinos visitados, possibilitando maior noção do processo de ocupação e características ambientais dos locais turísticos.

A estratégia mais comum dos influenciadores na busca por chamar atenção dos usuários do *YouTube* é a espetacularização constante das características dos

⁴⁴ Muitas acompanhadas de seus companheiros, que muitas vezes atuam como parceiros de viagem e auxiliares na captura de imagens.

destinos visitados, o que acontece gestualmente, textualmente e verbalmente. Assim, é muito comum assisti-los por vários segundos contemplando paisagens, citando as características únicas e inigualáveis de certos destinos, hospedagens ou restaurante, assim como utilizando frases que fazem claro apelo ao edênico, como os títulos "Ela nadou em um paraíso | Poço da Esmeralda | Carrancas – MG", "Conheci o paraíso e ele fica no Brasil | Jericoacoara" e "Jamaraquá, um paraíso escondido na Floresta Amazônica".

Quanto aos recursos e técnicas utilizados, cabe ressaltar que estes definem a fidelidade de captação de imagens e sons, assim como as possibilidades de imersão dos espectadores nas paisagens veiculadas nos conteúdos. Neste âmbito são importantes os usos constantes de imagens aéreas captadas por drones, a utilização de câmeras de ação nas filmagens subaquáticas e em movimento, alternar entre as câmeras *DSLR*⁴⁵ e os celulares para gravações mais comuns, além de formas de estabilização das imagens captadas, como *gimbals*⁴⁶, tripés e sistemas ópticos ou eletrônicos de estabilização de imagens.

Ainda, quanto às técnicas utilizadas para ampliação da imersão do espectador e maior qualidade das cenas captadas, são bastante relevantes os usos de *b-rolls*⁴⁷, narrações e músicas sobre imagens, configurações de altas taxas de quadros por segundo (*fps*)⁴⁸. Mas nem todos os produtores e canais utilizam estes mesmos recursos e técnicas, havendo alguns que possuem vídeos com qualidades baixíssimas de imagem e áudio, bem como a total ausência de incrementos visuais e sonoros.

Buscando entender o alcance destes influenciadores, é fundamental analisar os dados de visualizações dos conteúdos produzidos e como estes servem de base para o imaginário turístico dos espectadores. Juntos, os 35 vídeos tiveram cerca de 3,9 milhões de visualizações. Por se constituírem como importantes fontes

⁴⁵ Referente às atuais câmeras digitais onde o visor mostra exatamente aquilo que as lentes captam, ou *Digital Single Lens Reflex*.

⁴⁶ Moderno suporte de mão que mantém um equipamento de captação de imagens estável independentemente da rotação do respectivo suporte.

⁴⁷ Comumente chamado de Rolo-B, trata-se das tomadas secundárias usadas em câmera lenta ou rápida, que podem complementar a sensação de imersão dos espectadores.

⁴⁸ A taxa de *Frames Per Second* (FPS) possibilita que a imagem seja captada com maiores detalhes em uma quantidade maior de quadros por segundo.

de informações sobre viagens e atrativos turísticos, suscitam, ao menos, o anseio pela provável realização da viagem.

Ao criarem a possibilidade do desejo pela viagem, os influenciadores digitais também podem ser responsáveis pela divulgação e propaganda de determinados empreendimentos de hospedagem, lazer ou alimentação. Mencionadas publicidades podem ou não serem frutos de parcerias estabelecidas entre empreendimentos e *vloggers*, o que acontece em 71% dos vídeos da amostra.

Há também relevância no número de vídeos que informam as condições e instruções das logísticas de acesso aos destinos mostrados, o que corresponde a cerca de 65% dos vídeos. Mencionado quantitativo denota a importância de os espectadores saberem como chegar ao destino turístico e inclusive indicar o vídeo como fonte de informações.

Apesar disso, não há a mesma preocupação dos produtores de conteúdo em caracterizar as infraestruturas gerais dos locais visitados, sendo abordadas em apenas 40% dos conteúdos verificados. Constata-se assim que as condições infraestruturais apenas interessam aos visitantes quando influenciam as dinâmicas de deslocamento em escala local e a sinalização turística.

Na contramão das informações sobre infraestrutura, as condições dos serviços turísticos são tratadas em 82% dos vídeos, revelando as características dos sistemas de hospedagem, a diversificação dos comércios, bares e restaurantes locais, bem como as disponibilidades de serviços de passeio. Mencionadas abordagens inferem sobre o caráter eminentemente turístico das destinações.

As paisagens veiculadas e os atrativos ressaltados durante os vídeos são as imagens expostas que efetivamente se constituem como o objetivo principal da produção dos mesmos. Com algumas exceções dentre os vídeos, os atrativos ressaltados não se restringem somente ao local em si, mas a algumas localidades contíguas, a alguns empreendimentos de lazer e áreas naturais próximas.

Ainda sobre paisagens e atrativos, cabe ressaltar o caráter destes elementos definidores dos destinos turísticos. Nos 35 conteúdos mostrados em vídeo foram veiculadas 129 paisagens consideradas turísticas pelos produtores de conteúdo. Destas, 79% (102) das paisagens são referentes a atrativos naturais, representados por praias, florestas, cachoeiras, montanhas, ilhas e outros elementos

naturais. Isto denota a importância do patrimônio ambiental na constituição daquilo que se considera como paraíso turístico na atualidade.

Os 21% (27) das paisagens veiculadas referentes a atrativos artificiais (ou humanizados) são representados por vilas, construções históricas, igrejas, centros comerciais, parques e museus. Apesar de representarem apenas um quarto das paisagens veiculadas nos vídeos, mencionados atrativos denotam a importância dos aspectos culturais e históricos das destinações turísticas.

E tratando dos atrativos propriamente ditos, o quadro 10 denota a quantidade de menções de cada um destes, possibilitando assim considerá-los por ordem de relevância no conjunto dos vídeos levantados.

Quadro 10 – atrativos do paraíso turísticos de vídeos no YouTube.

Termos	Menções (cada)
Praia	23
Passeios.	20
Natureza.	19
Esportes náuticos.	8
Esportes de aventura.	7
Patrimônio histórico e cultural, artesanato, vida noturna, gastronomia, piscinas naturais.	5
Tranquilidade, <i>kite surf</i> , trilha, falésias, mergulho.	3
Jegue-taxi, projetos, caipirinha, Capela de São Benedito, vida silvestre, camping, cachoeiras.	2
Forte Orange, banho de argila, água limpa, pesca, fluxo pequeno de usuários, contato com a vida no campo, agricultura orgânica, Pedra Furada, preservação, modo de vida ribeirinho, Lago da Represa, tirolesa, natação, rusticidade, piracaia, igarapé, festas e danças populares, cânions, comunidades ribeirinhas, dunas, lagoas interdunares, lagos, pinturas rupestres, turismo arqueológico, museus naturais, turismo comunitário.	1

Fonte: YOUTUBE, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

Os três atrativos que mais são mencionados na amostra de vídeos do YouTube revelam importantes considerações sobre a dinâmica dos visitantes nos paraísos turísticos mostrados. As vinte e três (23) menções à praia denotam, novamente, a relevância das paisagens litorâneas no imaginário moderno de paraíso.

Mencionado atrativo se torna ainda mais importante quando é ressaltado nas destinações que, mesmo não sendo litorâneas, possuem praias fluviais ou

lacustres, como a praia de rio de Alter do Chão/PA, a Lagoa do Paraíso em Jijoca de Jericoacoara/CE e as praias de rio em Bonito/MS.

Outro atrativo considerado fundamental pelos *influencers* são as possibilidades de passeio oferecidas pela cadeia produtiva do turismo dos locais visitados, pautados em vinte dos conteúdos analisados. Mencionados serviços ofertados, ampliam as atividades a serem realizadas pelo turista, corroborando a ideia de Pereira (2012) quanto à necessidade turística da circulação, casos dos diversos passeios de *buggy*, quadriciclos e catamarãs.

Associados aos serviços de passeio estão a realização de atividades náuticas e de aventura, exibidas e ressaltadas em oito (8) e sete (7) vídeos, respectivamente. Sobre isto, Castro (2016) cita que, para os visitantes, não bastam apenas serviços de hospedagem e alimentação, mas atividades de lazer que permitam a estes conhecerem vários atrativos do local, inclusive aqueles que destoam dos espaços e cotidianos urbanos, como dunas, cachoeiras, piscinas naturais, trilhas, florestas e regiões serranas.

Um último atrativo a ser ressaltado como relevante no paraíso turísticos dos *digital influencers* é a natureza, presente e exibida constantemente em dezenove (19) *vlogs* inclusos na amostra. Mencionado quantitativo denota a afirmação quanto à necessidade de existência da natureza como elemento indissociável à ideia de edênico moderno.

E mencionado atrativo tem importância acentuada quando se verificam outros elementos condicionados por este (casos da praia, esportes náuticos e de aventura, piscinas naturais, falésias, etc) e apenas menções únicas a núcleos urbanos próximos, a infraestruturas urbanas e a outros atrativos artificializados (tiroleza, comunidades, represa).

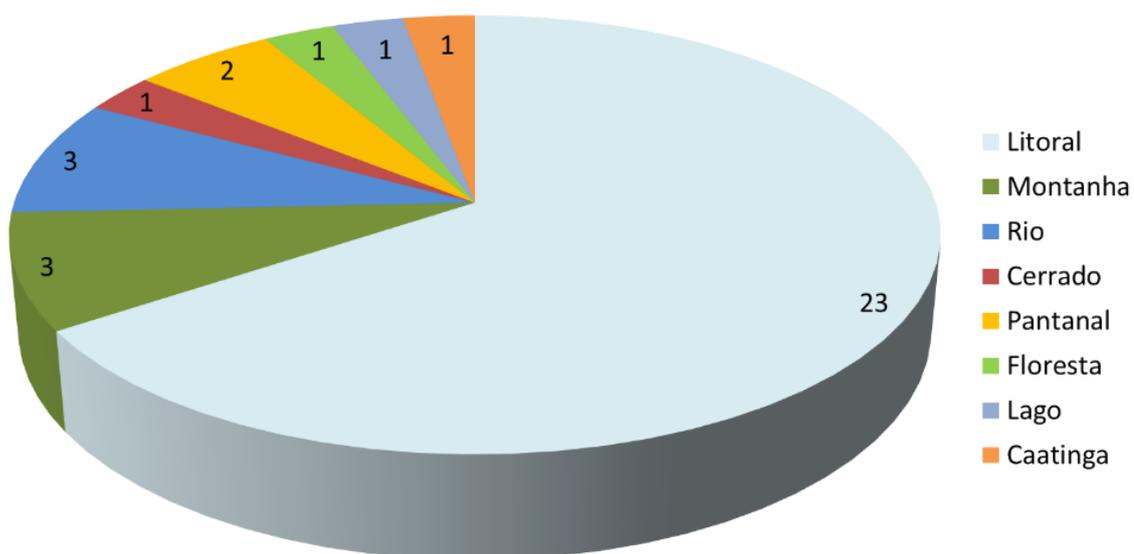
O patrimônio histórico e cultural é mencionado em cinco (5) dos vídeos inclusos na amostra, quantitativo que dá indícios sobre a importância dos patrimônios materiais e imateriais das destinações visitadas. Efetivamente, o produtor de conteúdo não possui o mesmo domínio e nem o mesmo interesse por compreender o processo de formação histórica dos lugares, o que é notório em muitos dos discursos utilizados nos vídeos.

Então, no que tange à abordagem dos patrimônios históricos das destinações retratadas, em muito os produtores de conteúdo se limitam a mostrar construções históricas, como edificações de séculos anteriores. Quando se propõem a tratar do patrimônio cultural, há recorrência quanto aos costumes populares mercantilizados no âmbito da cadeia produtiva do turismo, casos de demonstrações de danças e músicas populares, e do artesanato.

Desta forma é possível inferir que o patrimônio histórico e cultural, no paraíso turístico dos influenciadores digitais, define-se através da possibilidade de inserção dos patrimônios materiais e imateriais na cadeia produtiva do turismo, apesar de entender que em todas as destinações existem modos de vida, saberes e fazeres carregados de valor patrimonial desconhecido pela maioria dos visitantes, como a pesca ou o modo de vida ribeirinho (citados apenas uma vez nos vídeos).

Outra característica a ser apreendida com o levantamento é entender a representatividade dos diferentes ambientes como concepções modernas de paraíso turístico moderno, o que pode ser verificado no gráfico 10.

Gráfico 10 – representatividade dos diferentes ambientes naturais nos vídeos publicados por *vloggers* com o uso do termo “paraíso”.



Fonte: YOUTUBE, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

Não bastasse a praia representar grande parte das paisagens veiculadas e dos atrativos turísticos exibidos nos vídeos, ainda é o ambiente considerado como representação mais fiel do paraíso para os *vloggers* de viagem. Não à toa, a paisagem

litorânea é apresentada em 68,5% dos conteúdos selecionados, porcentagem muito próxima ao total apresentado pelo conjunto das revistas de turismo.

Com raríssimas exceções, as cenas veiculadas dos ambientes de praia deixam a desejar quanto às paisagens e atrativos mostrados. Ainda, as destinações litorâneas trazem uma quantidade superior de atrativos, posto a existência do mar, serviços de passeio diversificados, amplo sistema de hospedagem e alimentação, e possibilidade de realização de esportes náuticos.

Desta forma, pode-se inferir que o paraíso turístico dos influenciadores digitais (e da base de espectadores destes) caracteriza-se por ser essencialmente litorâneo e mesmo quando não é, possuir alguma praia fluvial ou lacustre é de grande valia. Além de ser costeira, esta representação do edênico tem importante relação com as características naturais locais, sendo estas imprescindíveis.

O paraíso turístico do *YouTube* também demanda possibilidades de realização de passeios e outras atividades de lazer, como esportes náuticos e de aventura. É possível inferir ainda que apesar de existirem menções aos bens patrimoniais existentes, os frequentadores dos paraísos em vídeo desejam consumi-lo não apenas com os olhos, mas pagando por este. Assim modos de vida e ações cotidianas passam despercebidas quando se trata elaborar imagens e discursos sobre os destinos de viagem mais desejados do país.

Cabe compreender, em última instância, que como produtores de conteúdo, mencionados agentes não são responsáveis apenas por exibir destinações que visitam, ressaltando assim um estilo de vida com aparente liberdade espacial e financeira. Os influenciadores digitais também são capazes, sobretudo na atualidade, de impulsionar fluxos e tendências em relação a destinações pouco ou nada conhecidas, ao passo em que podem ressignificar as imagens de destinos turísticos em estágios avançados de turistificação.

Exemplo claro destas dinâmicas são os casos comuns de empreendimentos que convidam *vloggers* e celebridades para datas comemorativas, como acontece em Jericoacoara/CE, Carneiros/PE, Fernando de Noronha, Trancoso/BA e outras destinações nas festas de réveillon, sobretudo na última metade da década de 2010 (DIÁRIO DO NORDESTE, 2019).

Assim, é importante compreender o impacto das ações destes agentes não somente nos conteúdos produzidos para entretenimento dos espectadores das plataformas de vídeo, mas também nos interesses, preferências e ações dos turistas em potencial. Torna-se necessário então, buscar formas de analisar como o turista convencional visualiza o paraíso turístico, quais são as representações mais fiéis deste edênico moderno e como se constituem a rede de espaços turísticos a partir destas representações em escala nacional.

4.2 A paisagem litorânea no imaginário social moderno: os estereótipos do paraíso turístico no século XXI

Não restam dúvidas, após análises empreendidas no tópico anterior, quanto à importância da paisagem litorânea como espaço eminentemente turístico. Compreende-se ainda que a construção da imagem turística relacionada às características definidoras do que se considera paradisíaco tem raízes bastante antigas, como abordaremos mais à frente.

Contudo, mesmo com os dados analisados anteriormente, não se pode afirmar que todas as parcelas do espaço litorâneo possuam apelos turísticos semelhantes ou a mesma representatividade como paraísos modernos. Isto se deve a fatores determinantes que puderam ser verificados através da análise dos atrativos e paisagens abordadas em relatos de viagens, processos de turistificação de balneários em escala global, matérias de revistas de turismo e discursos utilizados por influenciadores digitais.

Desta forma, para além de investigar as características comuns dos paraísos litorâneos de viajantes, exploradores, mochileiros, repórteres e turistas produtores de conteúdo, é fundamental compreender a abrangência do que se entende por paraísos turístico no litoral brasileiro, quais as características destes balneários e definir espacialmente quais seriam as representações mais fiéis do edênico na escala nacional.

Ao tratar da construção das imagens turísticas e do processo de turistificação de destinações, Knafou (1996) ressalta pontos interessantes em sua abordagem. O primeiro deles é que nem todo território que possui turistas e empresas ligadas à cadeia produtiva da atividade é turístico. Apesar de confusa, mencionada afirmação se constitui mediante a constatação de que não basta um punhado de

visitantes, algumas hospedagens e meses da sazonalidade para considerar um território como turístico.

Importa assim considerar que o território turístico deve ser efetivamente dinamizado social, econômica e espacialmente pelas atividades componentes da cadeia produtiva da atividade e pelas práticas sociais das viagens associadas ao lazer. Em resumo, para além dos turistas, das hospedagens e demais empresas e empreendedores, a destinação turística deve possuir um imaginário que assim a caracterize.

O segundo ponto ressaltado pelo autor é de que o processo de turistificação crescente, a conseqüente urbanização turística e a saturação das capacidades de carga das características ambientais, acabam por ocasionar o declínio das destinações turísticas no médio e longo prazo (KNAFOU, 1996). Desta forma a perda de características socioambientais, a redução da capacidade de intervenção estatal, a queda na renda das empresas e do poder de compra dos turistas, e a existência de conflitos de uso e ocupação do solo são causas muito comuns de crises de territórios turísticos.

E um terceiro e último ponto abordado por Knafou (1996) é referente à subestimação do turista como agente de turistificação pelos pesquisadores da temática. Este fato é constatável nas inúmeras pesquisas que tratam apenas das ações de planejamento provenientes dos setores estatais e privados, desconsiderando completamente toda atuação prévia dos visitantes na popularização de destinos atualmente considerados pontos principais da rede de espaços turísticos mundiais.

Ao esquecer que a prática social do turismo precede a criação do produto e da cadeia produtiva da atividade, incorre-se num erro que pode ocasionar o soterramento das características fundamentais que qualificaram aquela localização como notadamente turística.

Aparentemente algo simples a ser citado em breves relatos de formações históricas de destinações turísticas, cabe ressaltar que os turistas ainda são os principais, e talvez os mais efetivos, responsáveis por criar tendências de visitação a destinações recém descobertas, como são os casos atuais de São Miguel do

Gostoso/RN, São Miguel dos Milagres/AL, Icaraizinho de Amontada/CE e Ilha do Farol/RJ.

Concorda-se assim que compreender a visão do turista em relação ao espaço visitado, nas diversas formas e práticas relacionadas, é fundamental para estabelecer uma definição de paraíso turístico na atualidade, percebido anteriormente como eminentemente litorâneo, repleto de aspectos naturais, com consideráveis possibilidades de atividades esportivas e de lazer, e com certo apreço pelos patrimônios históricos e culturais.

E uma das formas mais efetivas de apreender as representações da paisagem turística para o visitante é recorrer às opiniões destes sobre os destinos visitados, seja através dos levantamentos em campo (entrevistas, questionários, conversas informais) ou de formas menos convencionais de coleta e análise de dados (formulários online, pesquisas por telefone, *surveys*, análise de metadados).

Por alguns motivos, a pesquisa aqui realizada optou por recorrer ao levantamento de metadados como forma de investigar com certa fidelidade a representatividade dos ambientes de praia como paraísos turísticos nacionais. Inicialmente, há consideráveis empecilhos metodológicos à coleta de dados de uma amostra de fluxos turísticos em escala nacional.

Ainda, o uso de formulários online e *surveys*, por mais bem elaborados e compartilhados que sejam, não garantem que a amostra calculada será atingida, possibilitando assim que o trabalho do pesquisador e o tempo dos respondentes sejam completamente perdidos ao longo do percurso.

Quanto à exploração da folksonomia como percurso metodológico, cabem certas considerações sobre as formas de tratar os dados inseridos por usuários numa determinada plataforma, os limites destas análises e as vantagens verificadas frente à pesquisa em turismo.

De acordo com Meira *et al* (2012), a folksonomia trata-se de uma base de dados indexada e constantemente atualizada por seus usuários, ou seja, pessoas (*folks*). Mencionada base de dados tem como uma de suas principais características a utilização do sistema linguístico da comunidade que a compõe para estabelecer categorias ou etiquetas (*tags*) aos itens indexados, permitindo assim a recuperação e compartilhamento facilitado de dados e informações.

Assim, a gestão descentralizada de bases de dados ocasiona um crescimento exponencial destas, permitindo assim que cada usuário insira itens e os categorize como desejar, desde que de acordo com as diretrizes da comunidade em questão. Um exemplo destas bases de dados são os sites colaborativos, cada vez mais comuns a partir do início dos anos 2000, como o *Twitter*, o *YouTube* e o *Instagram*.

Outro ponto importante é que, diferentemente de outros tipos de indexação, a folksonomia não demanda atuação de especialistas nos conteúdos categorizados. Pode então ser definida como folksonomia estreita (*narrow*) quando realizada por um grupo restrito de pessoas, ou folksonomia larga (*broad*) quando se constitui pela atuação de grande número de usuários. Considerando as diferenças entre os tipos de folksonomia, cabe ressaltar que este último é bastante útil para investigações sobre elementos e itens mais populares em grande escala (MEIRA *et al*, 2012).

Há de se considerar ainda que o processo de indexação, em grande parte, é conduzido por convenções sociais gerais e subjetividades específicas dos usuários de uma determinada plataforma. Isto significa dizer que uma paisagem urbana no *Instagram* pode representar para todo um grupo social um conjunto de desordem e violência, mas para alguns usuários desta mesma base de dados pode representar (também) modernidade, crescimento, desenvolvimento, velocidade, dinâmica, vitória do homem sobre o meio, selva de pedra e muitos outros significados.

São esses significados conferidos aos objetos que tornam possível a criação de padrões de indexação para *sites*, documentos, imagens, postagens em *blogs*, vídeos, músicas e comentários, facilitando inclusive a recuperação posterior destes objetos para fins de quantificação, análise e direcionamento baseados em interesses da comunidade.

Mas há também outras questões relativas ao uso das redes sociais colaborativas como ferramenta de propagação das imagens dos lugares. Citam Pereira e Santiago (2017) que a produção em larga escala de mídia fotográficas e audiovisuais tornou-se possível através da popularização do acesso às novas tecnologias por um público não especializado que, de acordo com as autoras, age de forma desvinculada a ideologias, sem qualquer compromisso publicitário com a cadeia produtiva do turismo e utilizando mídias pós-massivas.

O compartilhamento digital de mídias torna-se assim uma fonte de informações cada vez mais demandada na fase da pré-viagem, por tratar-se de uma forma de comunicação independente e dissociada da natureza comercial da atividade turística, enquanto coloca em voga a prática social do ser turista.

Mencionada dimensão se deve à ênfase dada sobre a paisagem turística transmitida pelos usuários de plataformas adeptas à folksonomia. Isto não significa dizer que a base econômica da atividade seja esquecida, apesar desta perder qualquer importância quando a imagem turística é tratada como valor eterno, algo essencial para maior parte da sociedade. E é exatamente isso que acontece nas bases de dados colaborativas, como no caso do *YouTube*.

De acordo com Panizza (2014), esta paisagem turística, que é, sobretudo, geográfica, está por toda parte que pode ser visualizada e compreendida sensorialmente. A paisagem é, desta forma, característica da visão humana e pode ser captada pelo olho humano, por lentes fotográficas, por *softwares* de captura de imagens e por sensores de satélites em órbita.

Acontece que mesmo esta paisagem sendo composta por ações, símbolos, agentes, sentimentos, objetos naturais e artificiais, sons e outras propriedades a serem apreendidas pela mídia, também é carregada de subjetividade e significados construídos culturalmente (PANIZZA, 2014).

Pode-se afirmar assim que apesar de conter representações territoriais, as intencionalidades da sociedade que a ocupa, a dinâmica e materialidade decorrentes destes processos, a paisagem ressaltada na mídia mostra somente os processos que são interessantes para a prática turística.

Assim, a paisagem paradisíaca litorânea dificilmente (ou nunca) será retratada através das ocupações de baixa renda circundantes ou pelos conflitos territoriais violentos entre comunidades e especuladores imobiliários, processos ressaltados por Castro (2016) para o caso do litoral cearense.

E isto significa dizer que a representação de paraíso aceita atualmente perpassou por uma construção social e simbólica que se refere às diversas conotações religiosas e míticas do edênico após a conquista, e, como veremos no capítulo seguinte, nenhuma destas falava sobre pobreza ou conflitos à beira mar.

A criação de paisagens turísticas através dos pontos de vista dos visitantes tem na onipresença das tecnologias da informação forte aliada nas possibilidades de alcance de escalas ampliadas de exibição, sobretudo nas escalas nacionais e global. Na atualidade, cada câmera e celular torna-se ferramenta de popularização de espaços turísticos, e é elemento que media a criação de símbolos referentes aos lugares e, em grande parte aos espaços turísticos.

Desta forma, segundo Pereira e Santiago (2017, p. 12), é correto afirmar que:

Se, por um lado, os processos de construção do significado de uma paisagem podem ser definidos pelas relações sensoriais diretas entre usuário e ambiente e pela acumulação de experiências espaciais nas quais a presença corporal em determinado espaço media as conexões de ideias, por outro, ideias veiculadas por diferentes mídias, de massa ou pós-massivas – como postais, fotografias, notícias, relatos de amigos – também são capazes de interferir e possibilitar o processo de significação mesmo sem contato direto com tal ambiente ou paisagem.

Assim, plataformas onde mídias fotográficas e audiovisuais são inseridas constantemente tornam-se, na atualidade, fontes importantes e cada vez mais acessíveis de informações turísticas, comunicação sobre destinações, mediação de símbolos turísticos e criação de tendências de visitação e valorização turística.

Mas não é somente na divulgação das viagens e de informações sobre as destinações que as redes sociais têm relevâncias ampliada. O uso de plataformas de compartilhamento de mídias é, antes de tudo, parte do lazer da viagem turística. Aliás, é possível afirmar que na atualidade, e para muitos usuários, os deslocamentos só têm sentido por conta das condições ampliadas de registro e exposição da prática turística nas redes sociais.

Ainda, Iglesias-Sanchez *et al* (2020), ao analisarem o impacto das redes sociais na produção de imagens dos espaços turísticos, denotam a capacidade de promoção destas plataformas e, inclusive, as possibilidades de criação de marcas registradas referentes às destinações em evidência. Ao se apropriar e compartilhar símbolos visuais, gráficos e textuais referentes às localidades turísticas, quase inconscientemente o turista torna-se parte da estrutura de promoção e publicidade das destinações.

Exibições de *slogans*, logotipos e paisagens de atrativos em fotos e vídeos compartilhados digitalmente são consideradas pelos visitantes, empreendedores e parte dos residentes, atestados de autenticidade capazes de contribuir para a polarização de fluxos em direção às destinações turísticas. Assim, selos de sustentabilidade, certificados de qualidade, padrões de serviços turísticos, *slogans* e fatos históricos são partes muito importantes na diferenciação entre produtos turísticos.

Quanto à importância das fotografias como materializações das imagens turísticas dos destinos, John Urry (1996) é incisivo ao afirmar que sem estas não existiria a indústria do turismo contemporâneo. Por conta da existência de mencionados recursos, atualmente digitais e cada vez mais acessíveis e compartilháveis, pode-se afirmar a existência de um ciclo hermenêutico de representação.

Este fenômeno se constitui através da visualização de fotos representativas de destinações turísticas e desemboca na busca do turista representar sua própria experiência de viagem através de fotos (URRY, 1996). Possivelmente, o ciclo hermenêutico acontece desde a coexistência dos guias de turismo juntamente às máquinas fotográficas portáteis, mas é inegável que as possibilidades de o turista comprovar sua viagem aos destinos turísticos outrora vistos na *Internet* tornou-se muito mais facilitada.

Desta forma, a fotografia inicialmente visualizada pelo turista, ainda na fase de pré-viagem, cria inúmeras expectativas e pré-concebe um significado à futura viagem. Mas os efeitos das representações visuais não acabam nos momentos que precedem o deslocamento, pois além da necessidade de reproduzir a paisagem turística a partir de suas lentes, de acordo com Iglesias-Sanchez *et al* (2020), o ato de fotografar paisagens pode criar sentimentos em relação à destinação visitada, estabelecendo verdadeiros vínculos emocionais entre turista e território.

O ciclo hermenêutico criado pela associação entre turista, destinação e mídia ocasiona a reprodução incessante de imagens turísticas dos lugares, cada vez mais acessíveis à grande quantidade de usuários das plataformas de compartilhamento de fotos e vídeos, que tem como caso mais notável o *Instagram* na atualidade.

No caso do *Instagram*⁴⁹, a base de dados é alimentada por cerca de um bilhão de usuários ativos mensalmente, os quais postam uma média de 100 milhões de fotos diariamente, indexadas por até 30 etiquetas virtuais (*hashtags*) e sem qualquer limite aparente de postagens diárias. Ainda, as postagens na citada rede social de compartilhamento de imagens fotográficas e vídeos recebem 4,2 bilhões de curtidas diárias e são postados mais de 500 milhões de *stories*⁵⁰ todos os dias (*INSTAGRAM*, 2020).

Considerando que a mencionada rede social não faz grandes distinções entre famosos, influenciadores digitais e usuários comuns (com adoção de contas verificadas com selos azuis e *links* de acesso rápido), as postagens de todos têm os mesmos pesos na ampliação da base de dados, possibilitando assim levantamentos de amostras consideráveis em diversas escalas, definidas pelas diferenças linguísticas e idiomáticas aplicadas.

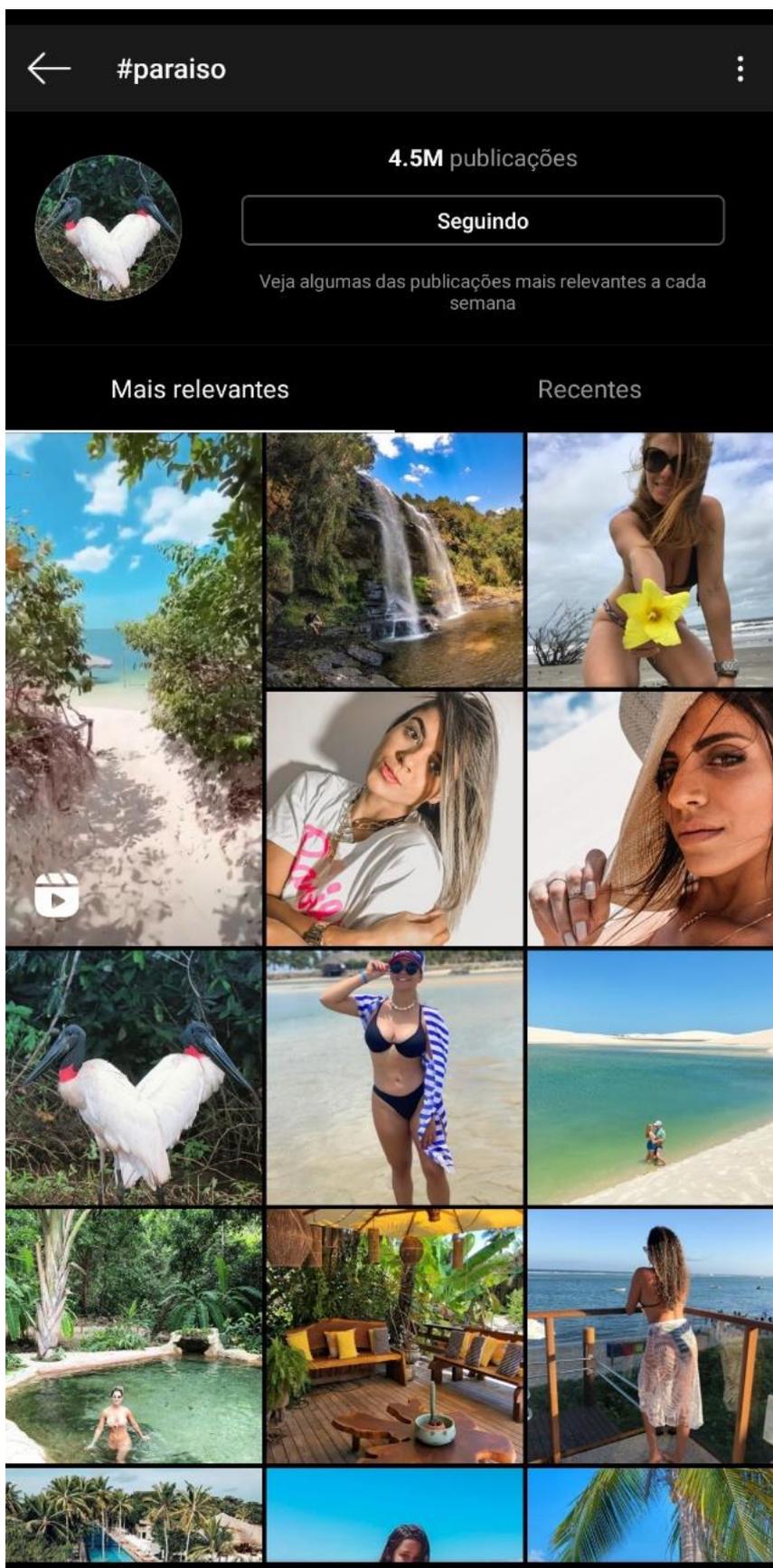
E esta base de dados, além de contribuir para a reprodução das imagens turísticas de parcelas do território, ainda fornece importantes informações sobre demandas turísticas, tendências de direcionamento de fluxos e oportunidades de planejamento de uso e ocupação do solo.

Não é incorreto afirmar que ferramentas como o *Instagram* ofertam inúmeras possibilidades de analisar e pensar caminhos futuros da turistificação de parcelas do território, e assim sendo, tornam-se recursos importantes na modificação da prática turística e, sobretudo, no planejamento, na produção e no consumo dos territórios turísticos.

Ao investigar a percepção dos turistas em relação às paisagens litorâneas brasileiras como paraísos modernos, é possível quantificar a utilização da *hashtag* #paraíso no *Instagram*, obtendo acesso à um quantitativo total de 4,5 milhões de postagens. A figura 31 mostra a página de buscas do aplicativo com a mencionada etiqueta aplicada.

⁴⁹ Atualmente o *Instagram* é a sexta maior rede social em número de usuários no mundo, mas quando comparada com aplicativos e plataformas voltados exclusivamente ao compartilhamento de fotos e vídeos *online*, torna-se a primeira e mais conhecida. Ainda, está muito à frente do *Twitter*, rede social que também permite análise de uso de *tags* por usuários.

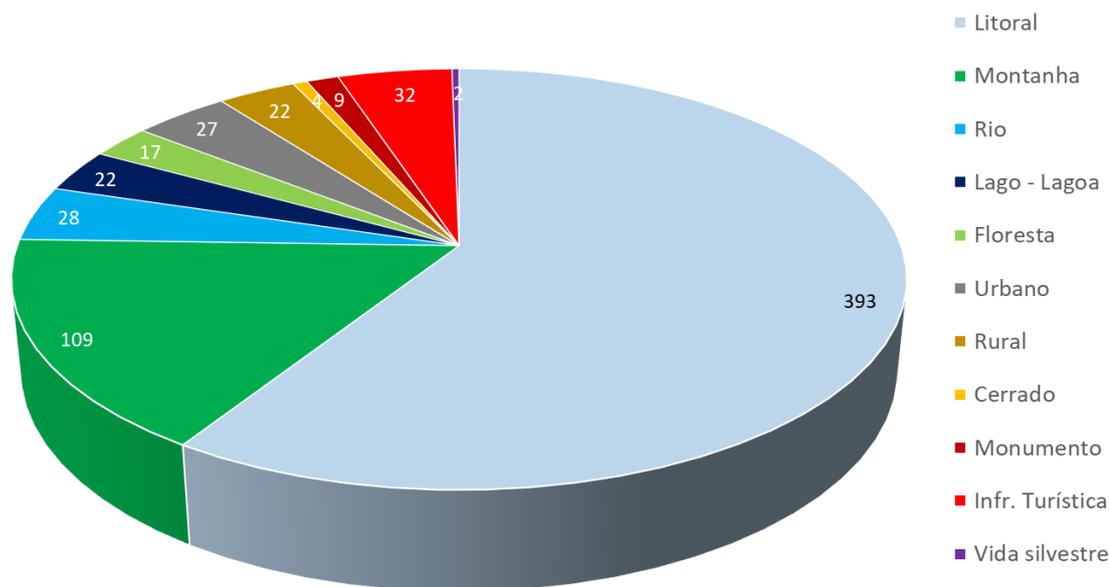
⁵⁰ Fotos e vídeos de até quinze (15) segundos de duração que ficam visíveis por até vinte e quatro (24) horas, mas que também podem ser adicionados a destaques nos perfis dos usuários. Recebem este nome por possibilitarem contar histórias cotidianas, sendo muito utilizados por influenciadores digitais.

Figura 31 – página de pesquisa do *Instagram*.Fonte: *INSTAGRAM*, 2020.

Assim, busca-se entender, além da representatividade da praia como paraíso turístico para os usuários do *Instagram*, também quais os destinos litorâneos mais presentes na plataforma, as características deste edênico turistificado, os atrativos turísticos mais relevantes e as segmentações turísticas principais.

Foi então levantado um total de 665 postagens, indexadas através do uso da *hashtag* acima citada pelos usuários da mencionada rede social, as quais foram separadas em coleções quanto aos objetivos do mencionado levantamento. O gráfico 11 demonstra os principais ambientes ressaltados através do levantamento realizado no *Instagram*.

Gráfico 11 – representatividade dos diferentes ambientes nas publicações do *Instagram* com a *hashtag* "paraíso".



Fonte: *INSTAGRAM*, 2019. Elaboração: CASTRO, 2020.

Após levantamento das publicações e elaboração do gráfico acima, constata-se que as postagens que retratam os ambientes costeiros correspondem a 59% do total. Mencionado quantitativo é revelador da importância da paisagem litorânea como representação moderna do edênico turístico, possuindo maior representação que qualquer outro ambiente dentre os verificados.

Outra importante contribuição da análise é a constatação quanto à importância da imagem fotográfica do litoral mesmo quando outros ambientes são o foco das mídias inseridas pelos usuários da plataforma. Assim, é muito comum o mar ou a praia estarem presentes em fotos e vídeos que denotam regiões serranas

próximas à costa, núcleos urbanos à beira mar e equipamentos turísticos no litorâneos.

Outra representação socialmente aceita do paraíso é a dos ambientes serranos, foco de 16,4% das publicações. A porcentagem, muito próxima daquela verificada nas revistas de turismo, ressalta a contribuição das características naturais dos pontos elevados e de difícil acesso na construção simbólica do edênico moderno (CORBIN, 1989).

No entanto, parte das publicações onde os ambientes montanhosos são o foco dos usuários que as inserem, também tem a praia como elemento adicional, conferindo a ideia de ponto elevado que permite visão ampla do elemento líquido, ou a conquista humana sobre o mar, como ressalta atrás Corbin (1989) sobre os escritores românticos no século XVIII.

Ainda assim, mesmo que as paisagens montanhosas sejam bastante atrativas aos turistas e usuários do *Instagram*, pelas características de acesso e atrativos visuais após a jornada, estas equiparam-se a apenas cerca de 1/4 das publicações onde a zona costeira, o mar e a ambiência litorânea são os focos.

E uma terceira representação do paraíso turístico para os usuários da mencionada plataforma, que acaba por se beneficiar do sitio natural onde está alocada e do ideal turístico de comodidade, são as publicações que trazem infraestruturas turísticas, correspondentes a 4,8% do total. Notadamente hotéis, pousadas e suas anexas áreas de lazer utilizam o discurso do ideal de conforto, liberdade e segurança como mote para consumo dos respectivos serviços.

No entanto, mesmo fazendo parte da cadeia produtiva do turismo e contando com recursos voltados especificamente para *marketing* e publicidade mais vultosos que grande parte dos usuários das redes sociais, as infraestruturas turísticas são foco de apenas 32 publicações.

Afirma-se então que, mesmo ofertando possibilidades de descanso, satisfação das necessidades imediatas e encontro com as belezas das destinações, os empreendimentos turísticos conseguem satisfazer apenas uma pequena parcela dos visitantes desejosos pela experiência no edênico turístico, isso sem considerar que parte das publicações foram postadas por perfis de pousadas, hotéis, agentes do mercado imobiliário e complexos turísticos.

Ademais, mencionado quantitativo, juntamente aos 4,0% referentes às paisagens urbanas, denota a importância dos ambientes naturais não artificializados, o que deixa claro que apesar da consideração do sistema de objetos humanizados e das decorrentes comodidades, o turista que busca os valores do paraíso nos territórios turísticos os encontra com maior fidelidade junto à natureza, casos do litoral, regiões serranas, florestas, rios e lagos.

Outra importante contribuição do levantamento realizado é a possibilidade de conferir indícios sobre as práticas turísticas nos paraísos litorâneos, ou, nas palavras de Dantas (2009), as práticas marítimas modernas. Busca-se assim, no quadro 11, verificar as segmentações turísticas e respectivas práticas de lazer dos turistas e usuários do *Instagram* à beira mar.

Quadro 11 – segmentações e práticas marítimas no paraíso turístico do *Instagram*.

Segmentações e práticas características	Nº de publicações
Turismo de sol e praia - 5S - <i>sun, sea, sand, sex, sangria</i> .	264
Ecoturismo - mergulho, contato com a natureza local preservada	63
Turismo de esportes - esportes náuticos e em praia	20
Turismo náutico - navegação	13
Turismo de aventura - trilhas, escaladas, acampamento, tirolesa, <i>sandboard</i> , parapente	11
Turismo de resorts - permanência em <i>resorts</i>	7
Turismo de charme - tranquilidade, privacidade	5
Turismo histórico - visita a patrimônios históricos	4
Turismo naturista - nudismo e naturismo	2
Turismo rodoviário - <i>roadtrip</i> , viagem por rodovias	2
Turismo de pesca - pesca recreativa e esportiva	1
Indefinido	1

Fonte: *INSTAGRAM*, 2019. Elaboração: CASTRO, 2020.

Ao analisar o quadro acima exposto, percebe-se claramente que a simples visualização da paisagem litorânea denota a realização de alguma segmentação turística ou minimamente de lazer. E isto se deve às memórias e sentimentos evocados pela simples contemplação do mar, ressaltados por Preston-Whyte (2004).

Não à toa uma parte considerável das publicações categorizadas como referências ao turismo de sol e praia trazem apenas paisagens da praia, do mar, da vegetação de restinga e de pôr-do-sol, ou, quando muito diferenciadas, trazem indivíduos usufruindo da ambiência litorânea na faixa de areia ou nos banhos de mar.

É de se imaginar que diante da simplicidade das práticas associadas ao turismo de sol e praia, este seja a segmentação mais comum dentre as exibidas na mencionada rede social. É possível afirmar ainda que há possibilidade de publicações que trazem banhos de sol e mar, passeios na praia, exibição dos corpos desnudos e consumo de bebidas alcólicas representem uma parte considerável das publicações inseridas no *Instagram*.

Isto denota que para a maioria dos usuários visitantes das zonas de praia, mencionada segmentação, acompanhada das práticas marítimas que lhe são próprias, representa 67,1% das publicações que ressaltam ambientes litorâneos. E isto parece tão verdade que o turismo de sol e praia também é notadamente conhecido, desde o século XX, como um dos principais contribuintes do turismo de massa, assemelhando-se em termos quantitativos e no processo de standardização de territórios e práticas (WALTON, 2009).

Contudo, há de serem consideradas outras opções de usufruto dos ambientes litorâneos, sobretudo porque o turismo de massa, nas palavras de Mbaiwa e Stronza (2009), gradualmente torna-se menos atrativo a um número cada vez maior de turistas por ocasionar impactos ambientais, econômicos e sociais às destinações selecionadas. Neste ponto cabe ao mercado e aos turistas recorrer a formas menos degradantes de produzir e praticar turismo, respectivamente.

Assim, as segmentações alternativas ao turismo de massa se constituem, essencialmente, por buscar redução dos impactos causados pelas práticas convencionais, melhores benefícios aos residentes, ampliação do bem estar das comunidades receptoras e promoção de melhores experiências turísticas aos visitantes com respeito aos modos de vida e patrimônios naturais dos destinos (MBAIWA; STRONZA, 2009).

Mas na realidade não há garantias de que as segmentações turísticas alternativas sejam ecológica e socialmente responsáveis, pois estas podem usar valores socialmente aceitos nos discursos ou apenas fugir da padronização de

práticas turísticas. De acordo com Smith (2009), mesmo o ecoturismo, quando não baseado em princípios socioambientais éticos, torna-se um arremedo de turismo de massa, onde a natureza que resta é tratada como uma *commodity*, um elemento de valoração local ou apenas acessório de discurso.

Ainda assim, o ecoturismo é a segunda segmentação mais relevante nas publicações que mostram os ambientes litorâneos como representações do paraíso turístico, com 63 publicações (16%) totais. Ao analisar fotos e vídeos, verifica-se que muitos ressaltam o contato efetivo com a natureza dos locais visitados, casos da vegetação nativa, realização de mergulhos, visitas a praias consideradas desertas.

Constata-se então a importância conferida pelos turistas ao contato com os patrimônios naturais dos destinos, sobretudo quando estão em considerável estágio de preservação. Mencionada característica é especialmente presente nas destinações que recebem fluxos menores de visitantes e se torna ainda mais relevante quando há atividades de lazer a serem realizadas, casos dos esportes de aventura, dos esportes náuticos e de praia.

Não coincidentemente é a existência das práticas de lazer, desportivas ou não, que justificam as três segmentações mais importantes seguintes. São casos do turismo de esportes, com vinte (20) publicações (5,0%) que mostram práticas de surfe, *Stand Up Paddle* (SUP) e caiaque, do turismo náutico (13 publicações ou 3,3%) e da navegação em iates, barcos e catamarãs, e do turismo de aventura, com onze (11) postagens ou 2,7% do total, que ressalta a realização de trilhas, escaladas, *camping*, tirolesa, *sandboard* e etc.

Uma terceira consideração sobre as publicações inclusas no levantamento trata das destinações e respectivas funções urbanas. Mencionada análise é importante pois permite verificar quais paisagens e morfologias urbanas melhor se relacionam com o imaginário social do paraíso turístico.

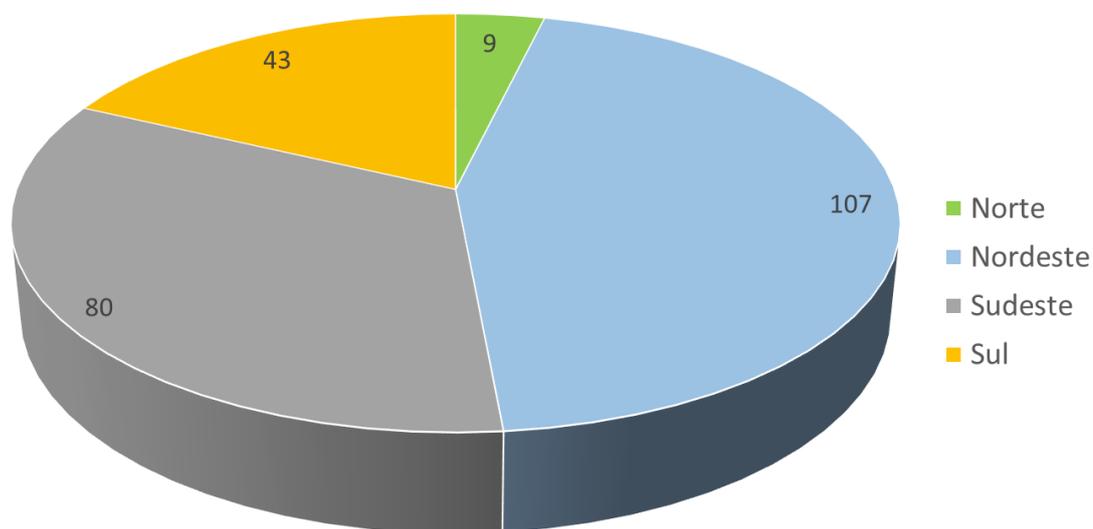
Desta forma, ao considerar as categorias como região, metrópoles, municípios metropolitanos e não-metropolitanos, territórios, localidades e praias, torna-se possível elaborar um quadro denotador de como se constituem, se dividem e exercem influência os diversos paraísos turísticos no litoral brasileiro.

De acordo com o Apêndice E, das 393 publicações que ressaltam o litoral como cenário paradisíaco, 239 referem-se a destinos turísticos na costa brasileira,

casos de regiões, parques, arquipélagos, ilhas, penínsulas, metrópoles, municípios, localidades e praias.

Mencionadas divisões administrativas, políticas e naturais tornam-se ainda mais evidentes quando territórios turísticos chegam a ser fragmentados em três, quatro ou mais destinações por existência de diferentes praias e localidades, como acontece, por exemplo, com Conde/PB, dividido entre Tambaba e Praia de Coqueirinho, Cairu/BA, seccionada em Morro de São Paulo e Ilha de Boipeba, e 10 das quase 100 praias de Florianópolis/SC. O gráfico 12 mostra a divisão dos destinos litorâneos por região do país.

Gráfico 12 – paraísos turísticos por região brasileira nas publicações do *Instagram*.



Fonte: *INSTAGRAM*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

A região Nordeste desponta como detentora do maior número de postagens sobre o paraíso turístico litorâneo, com 107 publicações. Nesta região despontam os estados da Bahia, com 26 publicações e dez (10) destinos, Ceará com vinte e duas (22) postagens e cinco (5) destinações, Alagoas, totalizando dezessete (17) *posts* e sete (7) destinos, e Pernambuco com suas dezesseis (16) postagens e oito (8) paraísos turísticos.

Mencionadas taxas se devem à considerável extensão do litoral nordestino nos estágios iniciais de turistificação, notadamente em exploração, envolvimento e desenvolvimento turísticos, o que pode ser verificado através da proeminência de publicações relacionadas à municípios não metropolitanos, presentes no quadro 12.

Quadro 12 – situações políticas, administrativas e espaciais das destinações turísticas do *Instagram* no Nordeste.

Situação político-administrativa	Quantidade de publicações
Metrópole	14
Metropolitano	24
Não-metropolitano	62
Região	2
Ilha – Arquipélago	5

Fonte: *INSTAGRAM*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

Das 107 postagens que ressaltam destinos litorâneos nordestinos, 62 (57,9%) referem-se a praias e municípios não metropolitanos. E é nesta categoria onde os principais destinos da região se destacam, notoriamente Jijoca de Jericoacoara/CE (15), Morro de São Paulo, em Cairu/BA (9).

Num primeiro momento, são muito comuns nestas destinações, a existência de aspectos como a presença de comunidades pesqueiras, práticas marítimas tradicionais, atrações naturais e culturais e a quase inexistência de infraestrutura turística. Após isto, se constituem maiores fluxos turísticos assim como são alocados fixos característicos da mencionada atividade, ao passo em que se estabelece a cadeia produtiva do turismo e é reduzida gradualmente a participação socioeconômica dos residentes na produção das destinações (BUTLER, 1980).

Também vale destacar a relevância do arquipélago de Fernando de Noronha/PE (5), que apesar de ser o único representante nesta categoria, consegue equiparar-se a destinações com condições de acesso menos restritas, como Porto de Galinhas, em Ipojuca/PE (5), Maragogi/AL (5) e Porto Seguro/BA (5).

Em relação às metrópoles, que em geral são os portões de entrada dos fluxos de visitantes nas Unidades da Federação e contabilizam quantitativos superiores aos demais municípios, pode-se verificar que estas representam apenas 13% das publicações totais sobre o paraíso turístico no nordeste brasileiro. Mencionada porcentagem não nega a importância destes destinos e das respectivas paisagens no mercado turístico nacional, mas confere indícios que corroboram para uma tentativa de definição sobre o paraíso turístico moderno no Brasil.

Ainda, é fundamental argumentar que o quadro, ao denotar a importância dos municípios mais distantes dos contextos metropolitanos, ressalta características alocêntricas aqui discutidas anteriormente e que corroboram com os indícios

verificados nos relatos de viagem, nas revistas de turismo, nos conteúdos de viagem do *YouTube* e nas postagens do *Instagram*.

E outra interessante dinâmica dos paraísos turísticos da modernidade é a de que a espacialização da atividade, apesar de causar impactos relevantes na paisagem e nas dinâmicas socioambientais, além do processo de urbanização turística, geralmente não suprime ou anula as características naturais que lhes são próprias.

Cabe verificar então se a tendência de interiorização do paraíso turístico se repete nas demais regiões brasileiras inclusas no levantamento, casos do Norte, Sudeste e Sul. Desta forma, torna-se possível constituir um quadro geral locacional do edênico turístico no país. O quadro 13 ressalta estas situações políticas, administrativas e geográficas.

Quadro 13 – situações políticas, administrativas e espaciais das destinações turísticas do *Instagram* nas regiões Norte, Sudeste e Sul.

Situação geográfica, política e administrativa	Norte	Sudeste	Sul
Metrópole – Capital	2	5	14
Metropolitano	0	25	2
Não-metropolitano	6	48	27
Região	0	2	0
Ilha - Arquipélago	1	0	0

Fonte: *INSTAGRAM*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

Destaca-se, de acordo com os dados acima verificados e consonantes com o Apêndice E, que os municípios não-metropolitanos representam maioria dos paraísos turísticos também nas demais regiões litorâneas do país. De forma muito próxima à região Nordeste, onde citados municípios representam 57,9% do total de destinos litorâneos, nas regiões Norte, Sudeste e Sul, os municípios não-metropolitanos totalizam 66,6%, 60% e 62,7%, respectivamente.

Dentre as poucas destinações localizadas na região Norte, restritas aos estados do Amazonas e do Pará, destaca-se a Ilha de Algodoal, no município paraense de Maracanã, marcada em cinco (5) publicações. Mencionada destinação não nega suas características alocêntricas, além de reproduzir a paisagem de areias brancas, vegetação abundante e quase ausência de edificações junto à faixa de praia.

Em relação ao Sudeste, os destaques são essencialmente não-metropolitanos e fluminenses, casos de Arraial do Cabo (15 publicações) e Angra dos

Reis (9). Quanto a São Paulo, há apenas pequeno destaque para as seis (6) publicações de Ilhabela, município integrante da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte e detentor de importante acervo natural para praticantes de esportes de aventura e mergulho.

Ainda em relação à região Sudeste, é importante considerar que, mesmo diante dos avançados processos de metropolização existentes nesta, sobretudo no caso de São Paulo, com seis (6) Regiões Metropolitanas (RM) e 168 municípios integrados, estes representam apenas 31,2% das publicações etiquetadas como paraísos turísticos.

Já a região Sul demonstra interessante dinâmica relativa às suas destinações. Mesmo com apenas dezesseis (16), ou 37,2%, das publicações relacionando-se a municípios e destinos metropolitanos, quatorze (14) destas referem-se à metrópole e capital Florianópolis/SC. E distantes a esta encontram-se Imbituba/SC, com sete (7) publicações, e Bombinhas/SC, com quatro (4) publicações.

A importância de Florianópolis/SC em muito se deve à sua condição insular, considerável área natural anexa e, para além disso, cogitada centena de praias. Já os dois destinos não-metropolitanos de Imbituba e Bombinhas tem na influência essencialmente marítima seus principais atrativos, localizando-se entre penínsulas, lagunas e relevos acidentados à beira mar.

De acordo com o exposto pelos dados, não há dúvidas de que há considerável tendência de interiorização das representações do paraíso turístico no Brasil, fato constatável em todas as regiões inclusas na análise. Mencionada tendência é representada por 64% das publicações totais, indicadoras de destinações não-metropolitanas, regiões turísticas, áreas insulares e arquipélagos.

Diante das análises realizadas sobre a amostra de publicações marcadas com a *hashtag* “paraíso” no *Instagram*, pode-se afirmar então que o paraíso turístico dos usuários da referida rede social é, em semelhança com o edênico dos magazines (60%) e dos *youtubers* (68,5%), primordialmente litorâneo (59%) e repleto de natureza.

Outro importante elemento definidor do edênico dos *instagramers* é a possibilidade de realização das práticas marítimas modernas, em especial os banhos de mar e de sol, as caminhadas na praia e a realização dos esportes na praia. Pode-

se ainda acrescentar que a realização de esportes de aventura e de esportes náuticos são diferenciais secundários, posto serem consequências das condições naturais dos destinos.

Ainda numa análise sobre as características e definição do que especificamente é considerado paradisíaco no litoral brasileiro, pode-se afirmar que as destinações assim adjetivadas, apesar de se localizarem espacialmente distantes das metrópoles e descontínuas às manchas de ocupação metropolitanas⁵¹, sofrem considerável influência dos contextos metropolitanos.

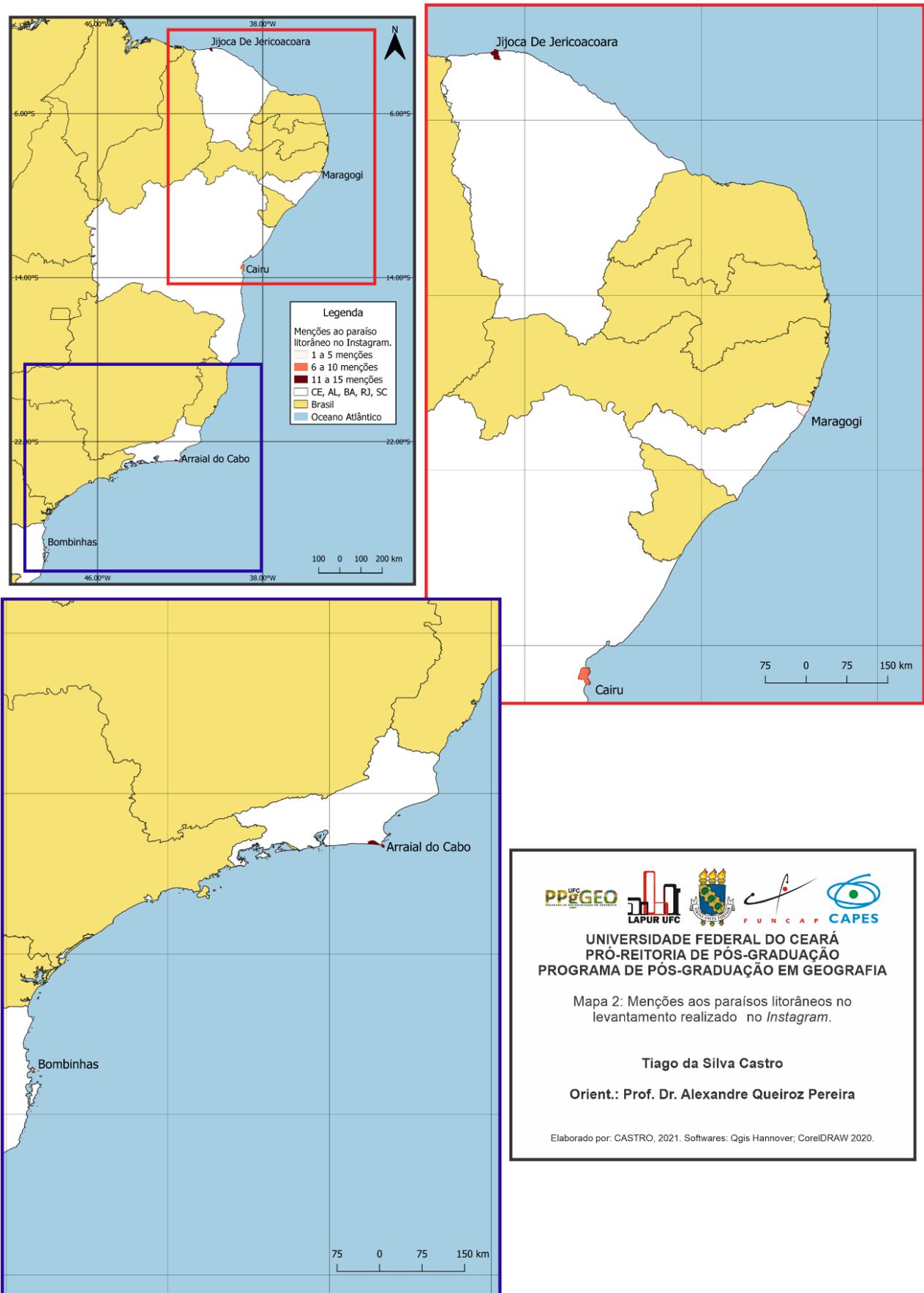
Assim, resguardam importantes relações com os principais núcleos urbanos nas diversas escalas, atraindo fluxos de visitantes nas escalas nacional e global e, sobretudo, demandando a prestação de serviços essenciais como transportes terrestres e aquáticos, uso e ampliação das capacidades aeroportuárias, polarização de redes de varejo até então existentes apenas nas Regiões Metropolitanas (RM) e atração de tipologias hoteleiras características do turismo de sol e praia, do turismo de charme e do turismo de luxo.

E um último detalhe referente aos paraísos turísticos litorâneos brasileiros é a observação sobre as reservas consideráveis de disponibilidade de aspectos naturais, o que algumas vezes suscita a criação e uso de tipologias de Unidades de Conservação (UC) e leis ambientais na busca pela preservação dos aspectos da paisagem local.

Considerando os diversos aspectos aqui constatados referentes às características historicamente associadas ao paraíso turístico litorâneo e às respectivas dinâmicas de uso e ocupação, cabe elaborar discussão sobre as generalidades e aspectos específicos dos recortes em escala nacional, com foco especial – mas não exclusivo – nas destinações da vila de Jericoacoara (CE), o litoral de Maragogi (AL), a praia de Morro de São Paulo (BA), as praias do Pontal do Atalaia (RJ) e o balneário turístico catarinense de Bombinhas (SC). O mapa 2 resalta os destinos os principais municípios e destinações inclusos no levantamento realizado no *Instagram*.

⁵¹ Aqui trata-se especificamente da desconexão urbana entre paraísos turísticos e regiões metropolitanas, posto as dinâmicas das metrópoles, os aspectos urbanos e as relações de trabalho serem fundamentais na consolidação das práticas turísticas hodiernas.

Mapa 2 – menções aos paraísos litorâneos no levantamento realizado no *Instagram*.



Busca-se assim compreender os processos particulares de turistificação de cada destinação, bem como os agentes responsáveis pelas diferentes etapas destes processos e os signos que envolvem o imaginário turístico destes paraísos litorâneos imagens turísticas, buscando assim uma definição do que se apresenta como paradisíaco aos visitantes do litoral brasileiro na atualidade.

5 AO SOM DO MAR E À LUZ DO CÉU: CARACTERÍSTICAS DO PARAÍSO TURÍSTICO NO BRASIL

“Escapar e sentar silenciosamente na praia – esta é minha ideia de paraíso”

Emilia Wickstead.

Ao estabelecer o percurso até a análise das características notáveis do paraíso turístico, afirma-se que houve um vigoroso – e talvez inocente – ímpeto por transformar as zonas de praia em espacialidades valorizada por suas características naturais, culturais, espirituais e políticas. Percurso este que moldou não apenas a simbologia litorânea, mas também oceânica, das funções destes elementos, das visões sobre a paisagem litorânea e das possibilidades mercantis.

Diferentemente do paralelo mitológico, o paraíso turístico existe e denota particularidades diante das ações de diversos agentes. A ambiência litorânea, a forte presença dos elementos naturais, as possibilidades de realização de práticas de lazer, as manchas urbanas descontínuas, os significados históricos, os agentes responsáveis pela turistificação e as persistentes características alocêntricas fetichizam os territórios como produtos turísticos.

Desta forma, não cabe apenas elencar superficialmente estas características e os agentes que às evidenciam, mas descobrir o funcionamento destas nas escalas locais, os discursos que permeiam a turistificação, a teia de relações multiescalares se estabelece a partir de então, a proveniência e as práticas dos fluxos turísticos e se há cerca coesão entre imagem turística e realidade nos paraísos litorâneos.

Por conta disto, esta pesquisa buscou intencionalmente saturar os elementos que se tornaram notáveis nas mais diversas para diferentes agentes e práticas de viagem, citando as visões religiosas e culturais de mundo, as concepções sobre o território, as funcionalidades da praia e a apropriação destes elementos pela indústria turística.

Ainda neste capítulo também é de fundamental importância analisar em que pontos os paraísos litorâneos se diferenciam das destinações litorâneas mais padronizadas, qual o nível desta diferenciação turística e urbana e se estas

disparidades justificam certo êxito das imagens turísticas e das dinâmicas concernentes a estes.

Coloca-se ainda em cheque, doravante, a reificação do planejamento turístico estatal verticalizado, através do qual busca-se homogeneizar a realidade das zonas de praia ao redor do mundo e transformá-las num grande *continuum* turístico das redes globais. Considera-se assim que a produção do espaço dos paraísos turísticos tem, em seu amago, um forte indicativo da retroalimentação exercida por seus elementos, onde as potencialidades suscitam não somente a mercantilização do espaço, mas também a manutenção das características norteadora do êxito turístico.

Em outras palavras, ao passo em que mencionados destinos ofertam inúmeras oportunidades às escalas estatais e ao setor privado, sobretudo devido aos processos autônomos de turistificação, também demandam sérios cuidados em relação à manutenção das características que os tornam singulares.

Exemplo de erros cometidos verifica-se na dinâmica do balneário litorâneo de Canoa Quebrada, em Aracati/CE. Após a chegada dos *backpackers*, ainda na década de 1970, o processo de urbanização e expropriação alavancou a expansão da localidade e a carência de serviços essenciais, bem como a dependência da população local em relação ao setor de turismo (LIMA; SILVA, 2004). Na atualidade, são muito comuns relatos sobre a disparada de violência, os impactos às falésias, o turismo sexual, a mercantilização frenética de imóveis e a ausência de postos de trabalho para absorver a mão-de-obra.

Canoa Quebrada é apenas um dos muitos exemplos que poderiam adornar os problemas que podem ser causados pelo processo de urbanização turística pautado apenas na atração de fluxos de pessoas, capitais e na manutenção de um imaginário turístico descolado da realidade. Não à toa, o referido destino, que em décadas anteriores polarizava estrangeiros em busca de suas praias de falésias e da vida noturna na rua *Broadway*, atualmente restringe-se quase somente a fluxos nacionais e regionais, enquanto o comércio e os serviços adotam padrões cada vez mais baixos e sem qualquer associação com os modos de vida locais.

O turismo, definido como prática social e atividade econômica, adquire também ainda um conteúdo simbólico, posto não significar apenas lazer e trabalho, mas também a possibilidade de experiência espiritual. Assim, o fenômeno turístico

necessita ser discutido materialmente e à luz de sua simbologia, para além de uma visão simplista sobre a planificação e materialidade do território.

Cabe então entender quais são os elementos componentes do paraíso turístico para cada um dos agentes responsáveis pela turistificação, voltando o foco de maneira especial para os diferentes tipos de viajantes e para a publicidade turística, presentes no quadro 14.

Quadro 14 – elementos do paraíso nas visões de diferentes agentes.

	Religião	Navegadores	Viajantes	Escritores	Mochilheiros	Magazines	Vloggers	Turistas
Localização	Céu	Litoral	Litoral	Litoral	Litoral	Litoral	Litoral	Litoral
Natureza preservada	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Liberdade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	-	Sim	Sim
Recursos	Sim	Sim	-	-	-	Sim	Sim	Sim
Riqueza material	Sim	Sim	-	-	-	-	-	-
Tranquilidade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Seletividade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Ócio lazer	-	-	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Esportes	-	-	-	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Saúde	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Espiritualidade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	-	-	-
Inspiração	Sim	-	-	Sim	-	-	-	-
Autoconhecimento	Sim	-	-	Sim	Sim	-	-	-
Paisagens pitorescas	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

Elaboração: CASTRO, 2021.

Em muitos pontos existem semelhanças entre as visões dos diferentes agentes quanto à representação mais fiel do paraíso e isto em muito se deve às influências dos dogmas religiosos na sociedade, dos relatos recorrentes dos viajantes e da conformação histórica de valores eternos largamente aceitos.

No entanto, mesmo similares, as visões têm suas particularidades que denotam imaginários que, apesar de utilizarem as mesmas terminologias, indicam objetivos bem distintos. Exemplo disso é que mesmo os navegadores, sob forte influência religiosa, buscavam nas ilhas e nas praias por fontes da juventude, rios

repletos de ouro e minerais preciosos, árvores da vida, praias estas nas quais os turistas modernos buscam apenas distanciamento dos centros urbanos.

Enquanto as visões religiosas e dos navegadores almejavam riqueza de recursos ao chegar em seus respectivos paraísos, *vloggers* e turistas ressaltam a abundância de produtos e serviços disponíveis, denotando assim o pouco esforço necessário para aqueles que alcançarem estes destinos na atualidade.

A riqueza material se restringe às concepções iniciais, apesar de que, se considerarmos a indústria turística moderna, há um novo enfoque nos territórios turísticos como fontes de recursos mercantilizáveis, casos da mão-de-obra barata, porções de terra devolutas, paisagens que agregam valor ao pacote turístico e outras características capazes de gerar lucro.

Os aspectos de tranquilidade são uníssonos, possibilitando referências ao impedimento divino de conflitos, ao isolamento social pela ausência de outros turistas ou ao *dolce far niente* buscado pelos turistas de luxo nos *resorts all inclusive* da atualidade. Assim, cada uma das mencionadas características tem diferentes conotações, de acordo com a visão e os objetivos do agente em questão.

Saúde, assim como tranquilidade, torna-se unanimidade diante dos elementos expostos, mas pode indicar desde a inexistência de doenças até a impossibilidade de envelhecimento ou mesmo a recuperação dos males causados pelas pressões da vida cotidiana. Assim, frequentar o paraíso – mítico ou turístico – parece ser capaz de evitar muitos males.

No entanto nem todos podem acessar o paraíso, mesmo que ele esteja materializado na superfície terrestre, e é isso que indica a seletividade. Seja o acesso concedido por julgamento divino, por atos heroicos – em batalhas ou viagens arriscadas – ou mesmo por condições financeiras, a concepção de paraíso turístico ainda gira em torno da ideia de que nem todos podem ou merecem chegar até ele, mesmo que isto seja bastante questionável frente aos avanços do mercado turístico.

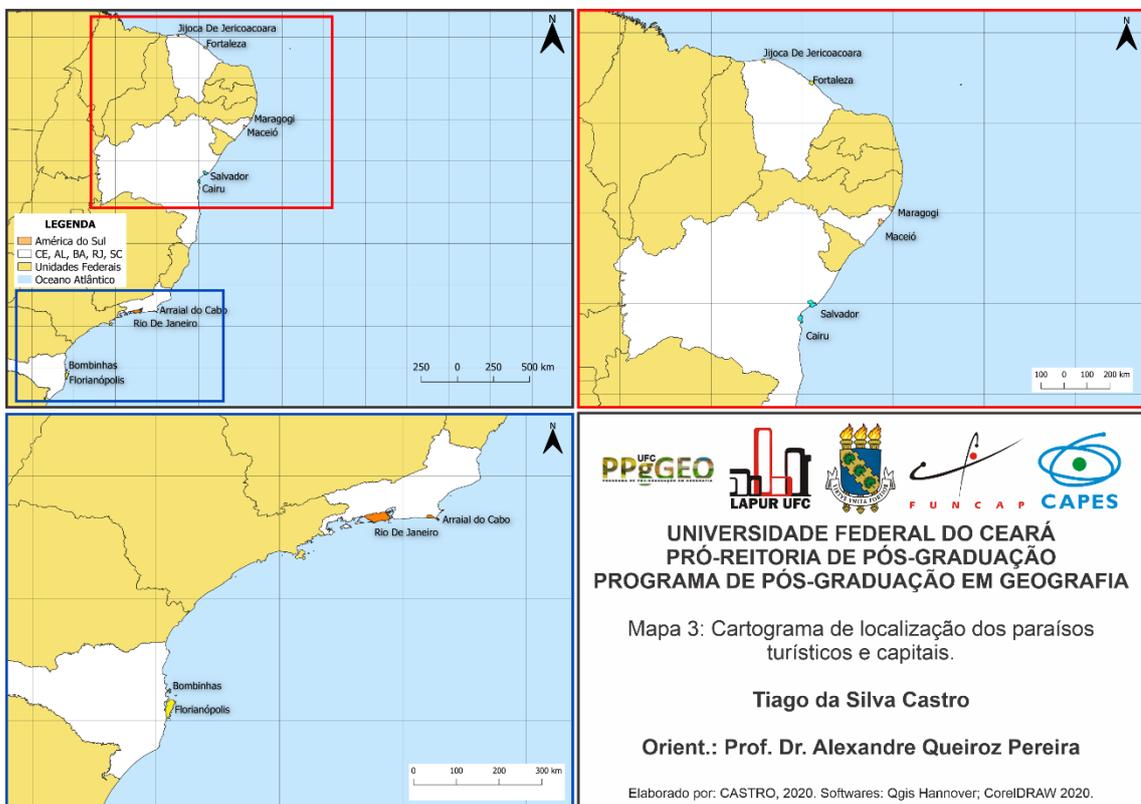
Intencionalmente deixada por último, uma das características mais importantes ressaltada pelos agentes anteriormente abordados é a presença os aspectos naturais. Estes, independentemente da diversidade de concepções sobre o paraíso, permanecem imutáveis e referem-se à abundância de recursos naturais nos locais considerados como representações do edênico mítico ou moderno.

Adão e Eva encontravam-se no interior da diversidade de fauna e flora do Jardim do Éden, os navegadores por vezes constataram a semelhança entre a representação mítica e as ilhas avistadas, enquanto os mochileiros viajavam distâncias continentais em busca das praias mais desertas e naturais possíveis. Isto não mudou drasticamente na descrição das revistas e na concepção dos turistas modernos, como constatar-se-á mais adiante.

São esses elementos que, como visto, saltam aos olhos, estão presentes nos discursos e são associados constantemente nas imagéticas conscientes e inconscientes de viajantes, escritores e turistas, denotando aspectos almejados por agentes responsáveis pela conformação da visão moderna de paraíso turístico.

E estes tornam-se ainda mais relevantes quando são perceptíveis nas paisagens dos principais casos que serão abordados neste capítulo, notadamente os balneários de Jericoacoara (CE), Maragogi (AL), Morro de São Paulo (BA), Pontal do Atalaia (RJ) e Bombinhas (SC), compreendendo suas aproximações e, sobretudo, diferenças de cunho social, econômico, político e cultural. O mapa 3 ressalta estes paraísos litorâneos.

Mapa 3 – cartograma de localização dos paraísos litorâneos e capitais.



Inicia-se aqui o percurso na busca por compreender as particularidades bem como as dinâmicas comuns aos processos de turistificação dos paraísos litorâneos brasileiros, abordando categorias de elementos que poderão trazer à luz exemplos ainda mais numerosos referentes à escala nacional.

Serão discutidas as práticas e características da atividade turística nos paraísos litorâneos nacionais. A partir de abordagem sobre os segmentos turísticos existentes nos balneários estudados e nos demais casos na escala nacional, almeja-se alcançar uma caracterização geral da prática turística e dos realizadores desta nos destinos do país.

5.1 Elementos definidores do turismo nos paraísos litorâneos

Constituir uma definição clara e concisa do que pode ou não ser chamado de paraíso turístico significa analisar os marcos comuns aos territórios e imagens que melhor representam o edênico buscado pelos viajantes na era moderna, sobretudo aqueles que tornam-se marcas registradas da propaganda turística de cada destinação.

Deve-se então compreender inicialmente que o paraíso turístico apropriado pelos viajantes alocêntricos não é mais o mesmo, passando por dinâmicas de turistificação, urbanização, territorialização e produção do espaço, as quais modificam paisagens e reconfiguram as concepções locais e regionais de função e valor.

Assim, a primeira grande mudança nos paraísos recém-descobertos é concernente ao valor da terra, que gradualmente passa a representar apenas um valor de uso para viajantes e residentes e, com o aumento do fluxo de turistas, passa a representar um valor de troca para empreendedores – como espaços de polarização de consumidores de serviços turísticos – e para alguns dos residentes que, ao receberem propostas para vendas de terrenos e imóveis, verificam oportunidades de ganhos consideráveis a curto prazo.

Compreender os diversos segmentos turísticos e as práticas estabelecidas é etapa mais que necessária para compreender se existem aproximações entre os balneários litorâneos em foco, considerando ainda as respectivas imagens propagadas e atrativos existentes.

Analisa-se aqui, de formas mais detalhadas, se os paraísos turísticos do litoral brasileiro compartilham as mesmas ou semelhantes características e práticas

turísticas, bem como se possuem realidades próximas diante de suas dinâmicas socioespaciais regionais, despontando como casos exitosos do turismo de sol e praia, turismo de aventura, ecoturismo, turismo de luxo ou turismo de charme.

As discussões têm início abordando elementos que são fundantes nos ideais míticos e materiais do paraíso, que são as possibilidades de acesso e as condições logísticas atuais existentes, as quais denotam o caráter heroico e singular da viagem ao paraíso turístico.

Condições logísticas: fluidez até os paraísos litorâneos

É notório, desde início das discussões aqui estabelecidas, que o ideal de busca pelo paraíso terreal está associado, inextricavelmente, às dificuldades e perigos que envolvem a viagem. Obviamente há uma considerável diferença entre a possibilidade de enfrentar monstros míticos e ultrapassar campos de dunas desérticos em buscas de paragens relatadas por outros viajantes, mas o risco é algo sempre presente nas mentes dos turistas.

Com o passar das últimas décadas e a aplicação de ações de planejamento urbano e turístico às destinações, as condições de acesso e circulação local e regional tornaram-se mais facilitadas, consolidando a rede de espaços turísticos e áreas contíguas, ou, na leitura de Santos e Silveira (2011), espaços luminosos e espaços opacos complementares.

Ainda, os territórios turísticos, por se tratarem de espacialidades que almejam a atração de pessoas, mercadorias, capital, informação e ordens, necessitam fundamentalmente da criação de condições de fluidez. Mencionadas condições conferem a estes territórios importante qualificação nacional e, sobretudo internacional, enquanto parte da rede de lugares turísticos e na divisão territorial do trabalho.

Assim, são necessários e recorrentes os investimentos públicos e privados em terminais aeroviários de porte internacional, sistemas viários de grande capacidade, terminais e rodoviárias de transporte coletivo e, em alguns casos, ampliação das capacidades do transporte hidroviário de passageiros e cargas.

E, seletivamente, é bastante comum que algumas áreas contíguas detentoras de atrativos possuam condições precárias de acesso, possibilitando apenas a circulação de transportes específicos, como veículos 4x4, bugres e

quadriciclos, mantendo vivo o ideal da aventura a ser realizada, atrativos bastante preconizados pelos turistas.

Na década de 1970, para chegar à vila de Jericoacoara, os mochileiros tinham poucas opções de deslocamento, e geralmente todas elas envolviam algum tipo de aventura a beira mar, como denota Molina (2011, p. 10):

Antes de qualquer atividade turística, ou mesmo nas formas “primitivas” de turismo no local, Jericoacoara era apenas uma praia paradisíaca, situada num simples e pacato vilarejo de pescadores. Até mesmo o acesso era difícil, pois sem apresentar estradas e ruas, o deslocamento era feito através das dunas para se chegar à vila que, à noite, contava apenas com lampiões para a iluminação. Chegar ao local já era, em si, uma aventura.

A aventura ainda é constantemente acionada, pois após a chegada à sede do município de Jijoca de Jericoacoara, não há opções além de pegar um *transfer* de carro 4x4 até a vila, passando por trilhas entre as enormes dunas e lagoas interdunares do Parque Nacional de Jericoacoara. Outras opções são os traslados pela praia partindo de Camocim/CE ou da praia do Preá, em Cruz/CE, considerando que não é permitida a entrada de veículos particulares na vila.

Há ainda que se ressaltar que a mencionada Unidade de Conservação (UC) foi criada apenas em 1984, mais de dez anos após a chegada dos visitantes. Inicialmente estabelecida como Área de Proteção Ambiental (APA), a área das dunas de Jericoacoara condiciona o crescimento e as condições da infraestrutura desta, caso ausência de vias que liguem à sede municipal e de pavimentação nas ruas da vila (FREIRE, 2015).

Com a transformação da APA em Parque Nacional, em 2002, por conta dos preceitos que cercam e protegem estas UC, a vila é removida do perímetro do parque, mas não há qualquer mudança em relação aos impedimentos previstos por lei. Estas impedem a expansão da mancha urbana de Jericoacoara e qualquer infraestrutura que cause impactos às dinâmicas geoambientais da planície marinha e atualmente ainda prevê cobrança de taxa de permanência diária para turistas. De acordo com Freire (2015, p. 5):

A área que corresponde ao Parque circunda a vila, uma vez que não é permitida a construção ou permanência de pessoas em parques nacionais. Portanto, para chegar ao vilarejo, é necessário passar por dentro do parque, em áreas onde é permitido realizar o trajeto. Jericoacoara adquire uma característica singular com essa delimitação espacial.

E estas características singulares denotadas pela autora são muito comuns aos paraísos turísticos, não somente pelas vias de terra batida e pavimentos que não impermeabilizam o solo, mas também pelo acesso relativamente dificultado capaz de contribuir para o ar paradisíaco aos balneários litorâneos ou, em outras palavras, o merecido descanso após o árduo deslocamento.

Caso semelhante acontece em Maragogi, no estado de Alagoas. Mencionado paraíso, assim denominado pelos mochileiros, até final da década de 1970 mantém ares pitorescos e modos de vida regrados pelas dinâmicas naturais, fato salientado pela ocupação rarefeita existente na zona costeira e pelas consequentes dificuldades de circulação entre as vilas de pescadores (KASPARY, 2012).

Chegar à Maragogi, seja partindo de outros municípios alagoanos ou de Pernambuco, apenas era possível através de percurso por estradas de terra, pontes de madeira e travessia por balsas no município de Porto de Pedras/AL. Era então, de acordo com Kaspary (2012), muito comum que veículos e pontes quebrassem durante estes traslados, fatos que se tornaram cada vez menos comuns com a construção da rodovia AL-101, no final da década de 1970.

Se para as duas décadas seguintes a referida via foi fundamental no processo de estabelecimento de fluxos turísticos, a partir dos anos 2000 a mesma já não supre a demanda estabelecida por turistas e residentes, de acordo com Lins (2017, p. 63):

A partir de Maceió, o acesso terrestre à Maragogi é feito através de rodovia de pista simples, pavimentada, com um percurso em torno de 130km, sendo chamada de AL-101-Norte no trecho que passa por Maragogi. Há tempos que os empresários do litoral Norte de Alagoas, em especial os de Maragogi, pleiteiam a duplicação deste acesso. Além disso, nem sempre a estrada encontra-se em boas condições de tráfego

E há ainda outra questão que pode limitar o acesso de visitantes e a alocação de edificações no paraíso das águas, que é a existência das normatizações estabelecidas para gestão sustentável da APA Costa dos Corais. Possuindo as piscinas naturais litorâneas, chamadas de galés, como principais atrativos turísticos e naturais de Maragogi, o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) estabelece o controle e a fiscalização dos usos turísticos da APA, a exemplo do que acontece na vila cearense.

Maragogi, ao passo em que possui dinâmica própria de constituição de fluidez no território alagoano, também denota fatores condicionantes de manutenção de suas características alocêntricas e patrimônios naturais, casos da apropriação prévia por viajantes alocêntricos, das dificuldades de acesso e das limitações de cunho ambiental, conferindo ao balneário os títulos de paraíso das águas e de caribe brasileiro.

O balneário insular de Morro de São Paulo, no município de Cairu, denota processo de turistificação e condições logísticas semelhantes aos casos abordados anteriormente. Em meados do século XX, segundo Correa (2006), constata-se relatos referentes à presença de vilegiaturistas, fato que pode estar relacionado à atenção chamada em virtude do naufrágio de dois submarinos alemães.

Quanto à dinâmica de visitantes, até a década de 1990, eram os mochileiros que buscavam embarcações (canoas e lanchas) para realizar o transporte até a ilha fluviomarinha e usufruir da tranquilidade da vila extrativista, obtendo hospedagem e alimentação através dos moradores. Pelo menos até meados da década de 1990 é assim que se estabelece o turismo em Morro de São Paulo, com fluxos de visitantes alocêntricos chegando pelo transporte hidroviário.

A dificuldade de acesso, neste caso, coloca o ambiente insular como objeto dos desejos dos turistas há, pelo menos, cinco décadas, impulsionando a busca pela aventura de navegar até Morro de São Paulo, seja partindo de Salvador/BA ou de Valença/BA.

Após a aplicação dos recursos do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE), de 1995, a instalação da rodovia BA-001 reduz o percurso a ser navegado. Mas pelas condições geoambientais da ilha e a ausência de ligações rodoviárias com outros municípios e mesmo com a sede municipal de Cairu, torna-se impossível chegar ao local sem uso de lanchas, catamarãs ou *ferry boat*.

Também na década de 1990 é decretada, pelo poder público estadual, a criação da APA Tinharé/Boipeba com intuito de proteger os patrimônios ambientais, históricos e promover o desenvolvimento sustentável através da adoção do turismo como base econômica da Ilha de Tinharé. Em consequência, de forma semelhante a Jericoacoara, o acesso de veículos particulares não é permitido em Morro de São

Paulo, sob risco de multa e apreensão do veículo, assim como também há cobrança de taxa de turismo sustentável no acesso à destinação.

Mencionadas medidas denotam não somente uma confluência das ações adotadas na gestão turística dos paraísos litorâneos brasileiros, mas também a importância dos discursos que remetem ao ideário da sustentabilidade para a manutenção da imagem turística, como verificado em outros casos nacionais, como Pipa (Tibau do Sul/RN), Caraíva (Porto Seguro/BA) e Milagres (São Miguel dos Milagres/AL), apenas para sair dos casos selecionados.

O caso das destinações inseridas no território do município de Arraial do Cabo/RJ é bastante peculiar, posto estarem inseridas num contexto intensa dinamização turística ao passo em que são alvos de políticas ambientais de considerável rigidez, envolvendo órgãos e leis federais que promovem a defesa da Amazonia Azul, proposta pela Marinha do Brasil (2016).

Assim, o município carioca de Arraial do Cabo possui tanto destinações encaixadas no perfil de balneário com orla verticalizada, caso da sede urbana, assim como também detém o controle (ainda que parcial) sobre destinações inseridas em área de proteção parcial e permanente, como os casos do Pontal do Atalaia e da Ilha do Farol.

Acrescente-se a estas condições as restrições existentes por conta do patrimônio natural, e tem-se o cenário para constituição de um paraíso turístico desejado. E as praias de Arraial do Cabo o são de tal forma que Ilha do Farol foi eleita, em 2000, como a praia mais perfeita do país pela Veja e, em 2020, o *Tripadvisor* inseriu as praias de Pontal do Atalaia (segundo lugar), Ilha do Farol (terceiro) e Praia do Forno (quarto) entre as dez melhores praias da América do Sul (PAULINO, 2016; TRIPADVISOR, 2020).

Entre as décadas de 1960 e 1970, os turistas que chegavam à Arraial do Cabo, recorriam a embarcações e trilhas para acessar os paraísos de Ilha do Farol e Pontal do Atalaia, percorrendo assim caminhos abertos na Mata Atlântica local por pescadores e caçadores. De outro modo, chegar à Arraial do Cabo já era possível por via terrestre, via férrea e via marítima desde 1945, sobretudo por conta da chegada da sede da Companhia Nacional de Álcalis (CNA) ao então distrito de Cabo Frio (COSTA, 2018).

No entanto, a partir de 1970, o acesso ao Pontal do Atalaia é limitado por portão de condomínio residencial, única via possível para chegar às praias da península, e mesmo não sendo restrito a visitantes, apenas veículos particulares e pedestres conseguem circular, bem como é possível chegar às praias através de trilhas, acesso bastante comum em décadas anteriores.

No que tange às restrições no Pontal do Atalaia, a localidade está no interior da Reserva Extrativista Marinha de Arraial do Cabo, a qual não permite ações de reestruturação, e também recepta o Parque Estadual da Costa do Sol, a Área de Proteção Ambiental do Pontal do Atalaia, o Parque Municipal da Praia do Pontal e a Reserva Biológica Pontal do Atalaia, áreas de proteção repletas de vegetação de Mata Atlântica, restingas e relevos costeiros inseridos num contexto de importante dinâmica turística e imobiliária (RIO DE JANEIRO, 2017).

As condições logísticas de Bombinhas/SC, diferentemente das duas ilhas anteriormente abordadas, obedeceram às condicionantes geomorfológicas da península na qual o paraíso se encontra. A partir de 1950 constata-se interesse de visitantes alocêntricos por praias isoladas no litoral catarinense, acessíveis somente através de trilhas e com uso de barcos (CÂMARA, 2001).

A partir de então, sobretudo nas décadas de 1960 e 1970, há aumento considerável dos visitantes que se aventuram pelas trilhas, chegando primeiro à Porto Belo/SC e posteriormente alcançando com certa densidade o litoral do, até então, distrito de Bombinhas. Cabe ressaltar que a exemplo de Porto Belo/SC, os viajantes que trilhavam até Bombinhas tinham a pesca e a tranquilidade como objetivos principais (SÉCCA, 2004).

Pelo menos até início da década de 1970, os caminhos que levavam aos povoados peninsulares da região eram bastante rudimentares, sendo utilizados apenas por carros de boi e pedestres. Em 1971 é finalizada a construção do trecho catarinense da BR-101, rodovia paralela ao litoral que abre muitas possibilidades para ocupação nestas destinações recém descobertas (PEREIRA, 2003).

Ainda sobre a importância logística da referida rodovia para o acesso ao litoral de Santa Catarina, Pereira (2003, p. 115) denota:

A inauguração da BR-101, rodovia federal, cujo traçado acompanha a linha da costa brasileira no sentido norte-sul, promoveu o contato entre os municípios do litoral catarinense e com os estados vizinhos,

representando um marco na integração rodoviária do estado de Santa Catarina. Iniciada em 1953 e concluída em 1971, a BR-101 deixou à vista as belezas do litoral catarinense e tornou-se o caminho de um número crescente de veículos nacionais e estrangeiros que chegam ao litoral de Santa Catarina para o veraneio. No período de 1965 a 1970, a extensão das estradas federais pavimentadas em território catarinense passou de 369km para 907km, o que representa uma ampliação de 146%. Já a rede de rodovias estaduais pavimentadas, entre 1965 e 1970, cresceu de 446km para 1.054km.

No entanto, a referida rodovia facilita apenas o acesso à Itapema/SC, que possui ligação com Porto Belo/SC, enquanto Bombinhas possuía apenas vias não pavimentadas que ligavam a Porto Belo/SC e Tijucas/SC. Apenas em 1999 acontece obra de duplicação da rodovia nacional e criação de rodovia estadual (SC-412) que favorece as condições de fluidez até Bombinhas (SÉCCA, 2004).

Atualmente as condições terrestres de acesso ao município de Bombinhas/SC acontecem de maneira mais facilitada, o que não significa que não existam percalços. Há relatos, por Sécca (2004) sobre as condições ruins da via de acesso ao município, sobretudo no que tange aos períodos de alta estação turística, quando o fluxo de veículos aumenta.

Outro fator condicionante à existência de apenas uma via de acesso entre Porto Belo e Bombinhas é a existência de, pelo menos, três grandes Unidades de Conservação na península, casos da Costeira de Zimbros⁵², pelo Parque Municipal da Galheta⁵³ e pelo Parque Municipal do Morro do Macaco.

Talvez a praia de Bombinhas seja um dos casos mais interessantes diante dos paraísos turísticos abordados, posto as condições geomorfológicas existentes aí contribuírem até a atualidade para a limitação das condições de fluidez existente, enquanto as áreas de proteção ambiental que cercam as manchas urbanas se constituem tanto quanto fatores limitantes como também são fundamentais para a constituição da paisagem turística verificada na destinação.

Assim, os viajantes que almejam ir à Bombinhas têm a viagem não apenas como itinerário burocrático, mas sim como parte importante da aventura a ser

⁵² Área remanescente de Mata Atlântica selecionada para intervenção piloto do Projeto Orla, formada pela Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) de Zimbros, em Porto Belo, e pela Área de Relevante Interesse Ecológico (ARIE) de Zimbros, em Bombinhas.

⁵³ Sob administração das secretarias municipais de turismo e meio ambiente de Porto Belo e Bombinhas.

realizada antes de alcançar o paraíso litorâneo na península de Porto Belo, as ilhas, os relevos, as trilhas, os *points* de mergulho e todas as possibilidades oferecidas aos turistas.

Constata-se assim, de acordo com os casos aqui abordados e demais exemplos brevemente associados, que apesar das condições logísticas serem consideradas fundantes na polarização de fluxos para as destinações turísticas em geral, estas adquirem aspectos particulares no que tange aos chamados paraísos turísticos.

Se em meados do século XX a inexistência de um sistema de objetos e de condições básicas de fluidez garantia que apenas os viajantes mais obstinados e corajosos chegassem à determinadas paragens no litoral brasileiro, nas décadas seguintes estas aventuras realizadas em veículos tracionados, embarcações e outros meios de transporte foram incorporadas como partes e atrativos das experiências turísticas almejadas pelos viajantes.

No entanto, as experiências dos viajantes aloccêntricos das décadas de 1950, 1960 e 1970 não mais são reproduzidas em suas totalidades, o que não as impede de serem mediadas através dos discursos e das imagéticas presentes na publicidade dos territórios turísticos, buscando assim conferir autenticidade parcial para turistas que são apenas parcialmente aloccêntricos ou mesmo psicocêntricos.

Em outros termos, os turistas que viajam à Jericoacoara buscam não somente os serviços turísticos existentes na vila, mas também realizar o trajeto de meia hora pelas dunas do Parque Nacional de Jericoacoara e caminhar por toda a vila, assim como os viajantes que procuram a insular Morro de São Paulo como destino de férias não desistem da ida por conta do trecho realizado em embarcação, pois isto faz parte do percurso simbólico da viagem ao paraíso turístico desejado.

Isto não significa dizer que as condições de fluidez perdem importância em relação a estas destinações, mas sim que os imaginários turísticos destas, mediados há décadas por turistas, gestores públicos e planejadores, incorporam aspectos e elementos que, mesmo não atrativos a todos os turistas, transformam os paraísos turísticos litorâneos em pontos singulares na escala global.

Morfologia urbana: formas, processos e prognósticos

Ao tratar do processo de formação de cidades turísticas e, sobretudo, das respectivas paisagens, a abordagem da morfologia urbana⁵⁴ torna-se indissociável. De acordo com Netto *et al* (2014), as imagens turísticas são mediadas pelas paisagens associadas as destinações, e o processo de trabalho humano sobre a natureza é responsável pela conformação das formas características da urbanização.

A morfologia urbana auxilia não somente na leitura das características das formas urbanas, mas também se torna evidência dos regimentos constituintes da gestão urbana, das características do sítio urbano, do processo de expansão do tecido das cidades e dos processos de uso e ocupação do solo.

Compreende-se ainda, que existem diferenças notáveis na constituição da morfologia urbana referente aos paraísos turísticos frente a outras tipologias de balneários turísticos, casos dos municípios metropolitanos e dos *seaside resorts*⁵⁵.

Quando se refere às particularidades da morfologia urbana dos municípios litorâneos metropolitanos, Pereira (2012) denota a importância da dinâmica metropolitana na estruturação dos espaços periurbanos, modificados a partir das demandas de agentes internos à metrópole e externos. Por conta da importância das Regiões Metropolitanas nas escalas regional e nacional, os espaços turísticos metropolitanos recebem importante densidade de redes, equipamentos, infraestruturas e condições de fluidez.

Mas isto não significa que as destinações metropolitanas serão exitosas em sua completude, posto Castro (2016) ressaltar casos onde a dinâmica metropolitana, mesmo com todo aporte de objetos e ações implementado nas décadas de 1990 e 2000, não garantiu êxito inquestionável às dinâmicas de turistificação de balneários na costa oeste do Ceará.

No que tange aos *seaside resorts* e seus processos de formação, Pearce (2003) ressalta que, apesar de possuírem dinâmicas iniciais de isolamento semelhantes aos paraísos litorâneos, estes balneários são geralmente dinamizados

⁵⁴ Conforme Capel (2002), a morfologia urbana reflete também o modo de produção, a organização social e política dos grupos dominantes das cidades.

⁵⁵ No sentido utilizado na bibliografia de língua inglesa, o *resort* geralmente não se trata apenas de hotel repleto de serviços e comodidades, mas também de cidades e localidades onde o turismo é a base socioeconômica, inclusive possuindo equipamentos turísticos serviços complementares, mas não necessariamente grandes cadeias hoteleiras.

pela instalação de equipamentos âncora, caso de *resorts* pioneiros capazes de polarizar equipamentos de menor porte e padrão, infraestruturas viárias, fluxos cada vez maiores e mais especializados de turistas.

No entanto, como ressalta Miossec (1976 *apud* OPPERMAN, 1993), o turismo nestes espaços trata-se de uma reprodução de condições existentes e socialmente aprovadas em outras destinações, e que futuramente serão novamente reproduzidas em outras destinações, posto não ser o local em si que atrai os fluxos, mas a ideia de usufruir o *resort*.

Desta forma, o *seaside resort*, ou resort à beira mar, pode não passar de uma condição temporária de balneários litorâneos a ser gradual e ciclicamente substituída por novos balneários com equipamentos mais modernos e mais repletos de comodidades. Prova disso é que não são incomuns casos de regiões turísticas e dinamizadas por grandes cadeias hoteleiras que, ou caíram em decadência ou mesmo mudaram completamente os padrões de visitantes, como afirma Pearce (2003).

Já os paraísos turísticos são apropriados inicialmente pelos fluxos de visitantes aloccêntricos, relação que já denota importante característica da produção urbana em territórios turísticos. Diferentemente da chegada de empreendimentos âncora e da implementação de políticas de turismo, processos responsáveis pelo aumento da densidade de objetos técnicos no território, a turistificação dos paraísos litorâneos se constitui com a manutenção, no curto e médio prazo, das características aloccêntricas notáveis.

Isto é, além do isolamento turístico das vilas e das condições rústicas de acesso a hospedagem e alimentação nas praias procuradas pelos mochileiros, os modos de vida tradicionais impressos nas paisagens das vilas de pescadores conformaram o ideal de paraíso a ser visitado por aqueles que desejam desvincular-se das temporalidades e modos de vida urbanos.

Pode-se afirmar que a paisagem proposta, desde meados do século XX, se constitui pela paisagem da praia deserta, tranquila, com os objetos de trabalho da pesca dispostos e a vegetação costeira. No entanto, ao longo das décadas seguintes, esta paisagem é gradualmente modificada com a inserção de objetos técnicos,

equipamentos turísticos e importantes formas urbanísticas com foco na criação de atrativos e cartões postais⁵⁶.

Assim, cabe aqui analisar os vetores de urbanização particulares a cada paraíso turístico, a classificação do perfil urbano, as características dos tecidos urbanos atuais e constituir um prognóstico sobre o uso e ocupação do solo em cada território turístico, possibilitando ao final deste tópico traçar processos comuns e semelhantes a cada uma das espacialidades turísticas litorâneas tomadas como exemplo.

Silva (2019), ao abordar o processo de turistificação e desenvolvimento dos paraísos turísticos nordestinos de Jericoacoara (CE) e Pipa (RN), resgata importantes detalhes referentes ao processo de expansão urbana a partir da chegada dos turistas e, posteriormente, especuladores imobiliários, empreendedores e vilegiaturistas.

De acordo com a autora, o caráter alocêntrico da vila tornou-se chamativo também ao mercado de terras, responsável por conduzir o processo de ocupação através das principais vias da localidade, ocasionando não somente o adensamento das funções turísticas ao norte da vila (pousadas, restaurantes, praças, comércio), como também a gradual transferência dos residentes para glebas ao sul (SILVA, 2019).

Sobre esta ocupação do *core* da vila, Silva (2019, p. 206) explica que:

A partir da valorização do território de Jeri pelo turismo, a vila passou a ter crescimento acelerado do número de edificações, principalmente pousadas que apoiam e dinamizam o fluxo de visitantes. A ocupação do solo urbano pelos estabelecimentos comerciais e residenciais se deu, inicialmente, através da expansão e adensamento das três ruas mais importantes da Vila (Rua do Forró, Principal e São Francisco) e do acercamento de lotes que limitaram a poucos becos a interligação entre elas. Esta área é a que podemos dizer que estão concentrados os equipamentos mais turísticos (agências, hotéis, restaurantes, praças, etc.).

Reproduzindo o traçado oeste-leste das três ruas supracitadas, e pequenas comunicações através de desvios, becos e quadras vazias, a expansão da vila segue rumo à direção sudeste, onde se forma ocupação chamada de Nova Jeri como reflexo do processo de reterritorialização dos residentes da vila e também da chegada de

⁵⁶ Estes são os casos de equipamentos urbanísticos que, em geral, têm como foco ocasionar a divulgação das paisagens e das marcas registradas dos paraísos turísticos, como praças, esculturas, portais, mirantes, calçadas e, os cada vez mais comuns, letreiros.

imigrantes não-naturais da localidade. A figura 32 ressalta as mudanças na vila de Jericoacoara.

Figura 32 – imagens de satélite de 1969 e 2019 da vila de Jericoacoara, Ceará.



Fonte: GOOGLE, 2021.

Apesar da baixíssima qualidade da imagem de satélite fornecida pelo *Google Earth* para o ano de 1969, é possível visualizar parcialmente o baixo adensamento da ocupação da vila de Jericoacoara, denotado pelas manchas referentes a parcelas desocupadas de solo. No que tange às linhas pouco visíveis ao sul do paraíso turístico, estas ressaltam as trilhas e caminhos percorridos pelos mochileiros até Jericoacoara.

No que se refere à imagem de satélite de 2019, vários dos caminhos que dão acesso à vila, agora por veículos tracionados e autorizados, ainda estão presentes ao sul, juntamente a novas vias e quadras ocupadas. Ao norte é notório o adensamento ocasionado pela turistificação em décadas anteriores, enquanto a oeste e a leste, mesmo com as respectivas limitações da Duna do Pôr do Sol e do Morro do Serrote, se constituem vias de sentido leste-oeste e quadras provenientes de ocupações irregulares.

Quanto ao estágio de urbanização de Jericoacoara, de acordo com o Projeto Orla (MMA, 2002), este se configura como orla horizontal, definida como “orlas total ou parcialmente ocupadas por casas e/ou edifícios de, no máximo, três andares (em mais de 50% da área) ou apresentando extensas manchas contínuas” (MMA, 2002, p. 44). A figura 33 denota a ocupação de Jericoacoara.

Figura 33 – ocupação da orla de Jericoacoara, Ceará.



Fonte: TURISMO CEARÁ, 2018.

Nota-se, através da foto acima inserida, que a ocupação da vila de Jericoacoara se deu através da inserção de pousadas, hotéis, comércios e segundas residências de perfis baixo, os quais não ultrapassam os três pavimentos e são, em

geral, mais baixos que isso. Conforma-se assim uma paisagem horizontal, a qual pode ser constatada na circulação pelas ruas da vila.

O tecido urbano de Jericoacoara pode ser definido, de acordo com a classificação estabelecida por Pereira (2012), como uma mancha que gradualmente se expande rumo ao sudeste do Parque Nacional de Jericoacoara. Referido fragmento urbano encontra-se limitado pelas dunas da UC, impossibilitando que aconteçam grandes processos de ocupação neste setor.

Considerando então o nível de ocupação verificada na vila, pode-se afirmar que esta possui um tecido com ocupação consolidada, havendo apenas algumas pequenas glebas vazias no extremo sul da localidade. Contudo, de acordo com Silva (2019), ainda existem consideráveis pressões visando expandir os limites edificáveis da vila, mesmo havendo áreas, como Nova Jeri, onde não há sequer cobertura de saneamento básico e abastecimento de água.

Nos próximos anos, sem a devida regulamentação e fiscalização, possivelmente será verificada expansão da vila rumo ao sul, impactando ainda mais as áreas de dunas moveis existentes no Parque Nacional de Jericoacoara, enquanto que, na atualidade, não parecem existir vetores de ocupação para leste e oeste da vila, denotando certo controle destas frentes no mencionado paraíso turístico. Assim, não há tendência de conformação de outras tipologias de formas urbanas na mencionada destinação.

Na década de 1980, Maragogi, de acordo com Kaspary (2012), tem na construção da rodovia AL-101 o mote para entrada de, ao menos, dois tipos de fluxos distintos, ocasionados por turistas, desejosos pela visitação na praia recém-descoberta, e por imigrantes provenientes de áreas urbanas e rurais, almejando se inserir na florescente atividade turística do paraíso.

Desta forma, os residentes das áreas à beira mar foram gradualmente realocados para porções menos valorizadas de Maragogi, enquanto as antigas casas de taipa e imóveis da antiga Vila Isabel de Alagoas deram lugar a meios de hospedagem, segundas residências, restaurantes e comércios, conseqüentemente atraindo vilegiaturistas, novo residentes fixos e investidores externos (KASPARY, 2012).

Multiplicam-se assim as residências secundárias e primárias, enquanto os equipamentos turísticos e comércios relacionados à atividade verificam relevante crescimento após 1990, sobretudo verificado nas ruas mais próximas à praia de Maragogi.

Ainda, de acordo com Kaspary (2012, p. 89), a sede urbana do município de Maragogi:

[...] também tem os maiores problemas causados pela atividade, como aumento no tráfego de veículos automotores, excesso de produção de lixo, poluição sonora, esgoto a céu aberto e a multiplicação desorganizada de residências e edificações construídas de forma desconexa e desarmônica com a antiga paisagem.

No entanto, ainda podem ser verificadas glebas vazias nas áreas centrais da praia de Maragogi, ocasionadas pela existência de relevo central e reservas fundiárias existentes, enquanto as ocupações próximas às encostas deste morro se tratam de moradias bastante precárias, denotando o deslocamento e ocupação irregular dos residentes naturais do paraíso assim como novas frentes abertas para ocupações irregulares.

Ainda, há escassa ocupação na porção oeste da rodovia AL-101, com apenas algumas vias abertas e edificações de residências e de equipamentos estatais, o que sugere que o mencionado equipamento viário tem função não somente de possibilitar a fluidez pelo litoral alagoano, mas também de limitar o crescimento da mancha urbana de Maragogi.

A destinação tem assim importantes vetores de urbanização, notadamente no caso das ocupações irregulares nas áreas de encosta do Morro Alto do Cruzeiro, localizado no centro da sede urbana, e alguns indícios de ocupação em vias abertas à oeste, após a rodovia AL-101, como é o caso do residências e o Fórum da Comarca de Maragogi.

Ao norte e ao sul, o crescimento da sede de Maragogi encontra-se limitado por corpos d'água, respectivamente o rio dos Paus e o rio Maragogi, condições que não impediram que fossem criados núcleos urbanos adicionais, até então descontínuos, nas localidades litorâneas de Barra Grande e São Bento, configurando esboço de uma linha de urbanização litorânea relativamente consolidada. A figura 34 mostra imagens da ocupação urbana proporcionada pela dinamização turística do paraíso litorâneo alagoano.

Figura 34 – imagens de satélite de 1969 e 2019 da praia de Maragogi, Alagoas.



Fonte: GOOGLE, 2021.

Em baixa qualidade, a imagem aérea que remete à 1969 apenas dá indícios das transformações que lentamente aconteceram na destinação após a chegada dos visitantes alocêntricos, caso da abertura do arruamento, das ocupações existentes à beira mar e das precárias ligações pré-existentes com o restante do território alagoano. É importante ressaltar o adensamento que, até aquele momento, restringia-se às áreas próximas ao mar, denotando a importante ligação da comunidade marítima pesqueira com o elemento marinho.

A imagem referente a 2019 não deixa dúvidas quanto ao crescimento urbano da sede de Maragogi nos 50 anos seguintes, com consideráveis

adensamentos nas áreas próxima da rodovia AL-101 e nas margens ao norte do rio Maragogi (porção abaixo da figura). Ainda, com exceção da área central, glebas são quase imperceptíveis em Maragogi, que possui orla completamente ocupada e a margem leste da rodovia em vias de adensamento total.

Ao analisar o estágio de urbanização da praia de Maragogi, esta pode ser definida como orla horizontal, na qual uma grande parte das edificações não ultrapassam os três pavimentos, configurando assim uma paisagem horizontal na localidade de um modo geral (MMA, 2002). No entanto, já são notáveis algumas edificações de quatro ou cinco pavimentos, as quais tendem a se multiplicar nos anos seguintes, como verificado na figura 35.

Figura 35 – edificações de quatro e cinco pavimentos em Maragogi/AL.



Fonte: GOOGLE, 2017.

No entanto, não é somente na orla que as questões sobre a gestão urbana se concentram, como infere Kaspary (2012, p. 147):

[...] ocorreu uma ampliação exponencial de imóveis autoconstruídos em desarmonia com a antiga paisagem, o que denuncia a inexistência de controle e planejamento urbano. Além disso, o aumento de infraestrutura básica foi insuficiente para o atendimento da crescente demanda populacional residente e temporária. Outro problema causado pelo turismo é uso seletivo do território, ou seja, concentra-se na sede municipal, principal núcleo urbano e turístico de Maragogi, a maior parte dos equipamentos e serviços básicos necessários para toda população residente. Consequentemente, e também como resultado da falta de controle do processo de urbanização, a proximidade das 'oportunidades' de empregos e ocupação levou ao surgimento de diversas áreas com características de favelização no núcleo urbano e no seu entorno.

Assim, a paisagem do paraíso turístico é constantemente contrastada pelas ocupações desordenadas que, apesar de não estarem a mostra do turista em geral, afetam o processo de ordenamento da destinação sobretudo nos períodos de alta estação, quando os serviços básicos e a infraestrutura não comportam a demanda. A figura 36 denota a paisagem ocasionada pela urbanização da sede de Maragogi/AL.

Figura 36 – vista aérea da sede de Maragogi/AL.



Fonte: *TRIPADVISOR*, 2014.

Com considerável área desocupada no entorno, compostas sobretudo por assentamentos rurais e imóveis produtos de especulação imobiliária, é possível que nos anos seguintes haja expansão da sede de Maragogi em direção ao oeste, como já verificado nas vias secundárias que partem da rodovia da AL-101. Quanto à porção norte, a localidade encontra-se limitada por imóvel particular que se estende-se até o rio dos Paus.

O destino insular de Morro de São Paulo, no litoral baiano, tem o processo de constituição como núcleo populacional motivado pela função militar proposta por portugueses, ainda no século XVI. Com a fundação do farol e da capela, a vila torna-

se um núcleo urbano militar a exercer a defesa do território nacional, onde o relevo permitia visão ampla do entorno da Ilha de Tinharé (CAIRU, 2004).

Nos séculos seguintes, há crescimento populacional na vila e as funções extrativistas, agrícolas e pesqueiras formam a base econômica do território. Com a inserção do turismo como prática e posteriormente como atividade econômica, as ocupações nas áreas mais próximas da planície fluviomarinha e da praia litorânea são gradualmente apropriadas por vilegiaturistas, hospedagens e demais equipamentos turísticos (VIRGENS, 2010).

Ao passo em que turistas, investidores e vilegiaturistas chegam ao paraíso litorâneo, constata-se contribuição destes para a urbanização turística da vila, alocando pousadas, hotéis, segundas residências, restaurantes, comércios de demais serviços complementares, bem como ocupando seletivamente de áreas mais valorizados ou não para as práticas marítimas modernas de lazer. Quanto aos residentes naturais de Morro de São Paulo, constata-se gradual mudança destes para o morro da Mangaba e para a vila de Nossa Senhora da Luz, constituindo ocupações densas e precárias no sudoeste e no centro da destinação.

De acordo com Virgens (2010, p. 37):

A chegada dos turistas provocou uma valorização dos imóveis localizados no centro turístico do povoado, inicialmente pela construção de pousadas e restaurantes e depois dos imóveis residenciais, fato que desencadeou algumas questões relacionadas à ocupação sem o devido planejamento e a especulação imobiliária.

Visualmente, constata-se que a ocupação de Morro de São Paulo é bastante difusa na porção norte da Ilha de Tinharé, denotando várias manchas descontínuas conectadas somente por vias precárias. Verificam-se, em imagens de satélite, ao menos oito fragmentos de ocupação no tecido urbano da mencionada destinação, isso sem considerar o incontável número de imóveis isolados.

Partindo do morro do Farol, ponto iniciático de ocupação do paraíso litorâneo de Cairu/BA, as praias a leste, nomeadas ordenadamente de norte a sul como primeira, segunda, terceira e quarta praia, influenciaram ao longo das últimas décadas o estabelecimento de ocupações paralelas e perpendiculares à faixa litorânea, enquanto a áreas do cais suscitou uma quase continuação viária que distribui fluxos de pessoas para ruas primárias e secundárias da localidade. A figura 37 ressalta as imagens aéreas do paraíso turístico baiano.

Figura 37 – imagens de satélite de 1969 e 2019 de Morro de São Paulo, em Cairu/BA.



Fonte: GOOGLE, 2021.

A imagem aérea de 1969, apesar da qualidade, denota importantes características referentes à urbanização de Morro de São Paulo. A primeira destas é que, notadamente, a faixa de praia era bem mais abundante e a ocupação da ilha era composta por quantidade bem menor de edificações, preservando a vegetação existente.

Ainda, a área que liga o cais (oeste) com a atual primeira praia (leste), a qual compreende o núcleo urbano principal da destinação, à época era ocupada pela comunidade pesqueira local, demonstrando uma mancha urbana bem menos expressiva que a existente na atualidade.

Na imagem que remete a 2019, é notória a ampliação da ocupação, o que, no entanto, não permite fácil identificação dos vetores de urbanização existentes no paraíso turístico e, sobretudo, na área da primeira praia. No entanto, considerando os indícios existentes, há constituição de pequenas manchas em direção ao sudoeste da principal centralidade da localidade.

Acontece que, ao analisar a porção leste de Morro de São Paulo, sobretudo a porção mais a sudeste, a partir da terceira praia, constata-se várias glebas abertas ocupadas por pequenas pousadas e considerável processo de adensamento no entorno da pista de pouso da destinação. Gradualmente, é possível que sejam constatadas manchas mais visíveis nesta porção da destinação.

Desta forma, é possível caracterizar a morfologia urbana de Morro de São Paulo como tecido não consolidado formado por fragmentos descontínuos, enquanto o estágio urbanização pode ser classificado como característico de uma orla horizontal, onde as edificações ocupam, visivelmente, três a quatro pavimentos e são desniveladas por conta do relevo. A figura 38 mostra as construções na primeira praia de Morro de São Paulo.

Figura 38 – ocupação na primeira praia de Morro de São Paulo, Cairu/BA.



Fonte: AZUL VIAGENS, 2020.

Compreendendo as dinâmicas que conformaram a morfologia urbana de Morro de São Paulo, pode-se inferir algumas tendências referentes ao crescimento da destinação. Em virtude da valorização turística, deverá constatar-se adensamento

urbano nas áreas mais ao sul do núcleo principal da localidade, enquanto no sudeste, no longo prazo, pode haver formação de pequenos fragmentos isolados referentes à cada gleba existente, mas dificilmente haverá formação de linha paralela ao litoral.

Caso bastante particular acontece com a destinação de Pontal do Atalaia, visto a existência de consideráveis impasses ao acesso bem como à edificação no local. Interessantemente, e este é um dos elementos fundantes das imagens dos paraísos turísticos, o fato dos visitantes precisarem se deslocar consideravelmente até as praias do Pontal, confere inúmeras qualidades à destinação, como já abordado anteriormente.

Como relatado quanto às condições de acessibilidade do paraíso, existem ao menos cinco Unidades de Conservação na área do Pontal do Atalaia, o que denota, ao menos, cinco legislações referentes à proteção do patrimônio natural da península. No entanto, não é possível tratar a destinação como fenômeno isolado, reconhecendo que esta faz parte de um contexto mais amplo que é a urbanização e a turistificação das zonas de praia de Arraial do Cabo.

Sobre a urbanização em Arraial do Cabo, Costa (2018) cita que:

Com a rápida dinamização do turismo em Arraial do Cabo na década de 1980, ocorreu uma ampliação da demanda por residências e terrenos para veraneio, expandindo os loteamentos (em sua maioria, ilegais) e o surgimento de meios de hospedagem e marinas.

Áreas como restingas, lagoas, morros e penínsulas foram gradualmente ocupadas por edificações e parcelamentos de terras, suscitando também a instalação de equipamentos de hospedagem, e neste contexto, desde 1970 e com residenciais, hotéis, primeiras e segundas residências, insere-se Pontal do Atalaia.

Assim, ao passo em que houve a instalação previa do Condomínio Pontal do Atalaia, este também abriu margens para que equipamentos complementares tivessem acesso ao paraíso turístico, caso dos residenciais e pousadas inseridas.

Atualmente a ocupação de Pontal do Atalaia restringe-se a algumas pousadas e residenciais às margens da via calçamentada que cruza o morro do Atalaia na direção oeste-leste e norte-sul, não sendo permitida nenhum tipo de edificação adicional por conta dos aspectos ambientais da área e das legislações vigentes (UNIDADES DE CONSERVAÇÃO DO BRASIL, 2005).

Ainda assim, são ao menos 32 imóveis e construções inseridos na área do paraíso turístico, provavelmente loteados e construídos em períodos anteriores à implantação das UC. A figura 39 denota as imagens de satélite da área do Pontal do Atalaia.

Figura 39 – imagens de satélite de 1985 e 2020 de Pontal do Atalaia, em Arraial do Cabo/RJ.



Fonte: GOOGLE, 2021.

Notadamente, mesmo com os problemas da imagem de 1985, é possível verificar alguns caminhos abertos no Morro do Pontal do Atalaia, o que corrobora para a informação de existência de condomínio instalado desde a década de 1970. No entanto, aparentemente não existem grandes modificações na paisagem local, com exceção das cadeiras e barracas inseridas na faixa de praia, além da abertura

algumas trilhas que conectam pousadas à faixa de praia, como pode ser verificado na imagem referente a 2020.

O nível de urbanização caracteriza-se por ser horizontal, não havendo edificações que ultrapassem os três pavimentos e, localizando-se bem espaçadas em sua grande maioria, constituem apenas pequenos fragmentos de urbanização, os quais não devem verificar ampliação e assim sendo considerados consolidados em função das circunstâncias ambientais da região. A figura 40 ressalta a ocupação esparsa de Pontal do Atalaia.

Figura 40 – ocupação das residências e pousadas em Pontal do Atalaia, Arraial do Cabo/RJ.



Fonte: PANORAMIO, 2018.

Bombinhas, no litoral catarinense, se constitui como uma continuidade do processo de urbanização turística constatado em municípios próximos, como Itapema, Porto Belo e, guardadas as devidas proporções, Balneário Camboriú. Intensificado na década de 1970, até então o processo de urbanização de Bombinhas, e mais especificamente da praia de mesmo nome, se restringia à ocupação por pequeno número de hospedagens e segundas residências, denotando o interesse inicial por parte de turistas, empreendedores e vilegiaturistas.

Ainda, parte dos fluxos que poderiam alcançar Bombinhas com maior intensidade, pelo menos até o início de 1970, não o faziam por conta do difícil acesso ao então distrito de Porto Belo, condicionado por vias precárias e relevo acidentado. Assim, boa parte dos investimentos em infraestrutura e em equipamentos turísticos

restringia-se ao centro de Porto Belo, enquanto apenas agentes realmente desejosos por novas frentes para práticas de lazer e investimentos alcançavam a ponta leste da península de Porto Belo (HILLESHEIM, 2006).

Segundo com Hillesheim (2005), ainda em 1970 cresce vertiginosamente o número de segundas residências em Bombinhas, atraindo também a atenção de especuladores imobiliários interessados nas terras devolutas em franco processo de valorização. Este processo segue, pelo menos, até a década de 1990, com a abertura de longas vias retas perpendiculares às faixas das praias de Bombas e Bombinhas (norte), e parcelamentos de terras para comercialização de lotes em Mariscal e Zimbros (sul).

Estes parcelamentos de terra tinham um público-alvo bem definido, pois segundo Hillesheim (2005, p. 57):

Os lotes foram sendo oferecidos aos moradores das cidades vizinhas, mais especificamente Itajaí, Blumenau e Joinville, a fim de que adquirissem uma “casa de praia” ainda que os municípios próximos fossem igualmente litorâneos, porém alguns sem grande potencial turístico.

Mencionados municípios, diferentemente da região próxima à Bombinhas/SC, têm como foco principal atividades portuárias, industriais e de turismo histórico e cultural, possibilitando maior interesse dos residentes pelas oportunidades de usufruir e adquirir imóveis nas zonas de praia.

Na década de 1990, conforme Hillesheim (2006), acontece o ápice do processo de crescimento urbano e imobiliário dos municípios de Bombinhas, Porto Belo e Itapema, constituindo assim os principais vetores de ocupação que atualmente constituem o tecido urbano destes municípios litorâneos e turísticos de Santa Catarina. No caso de Bombinhas, no início do século XXI, haviam, pelo menos (HILLESHEIM, 2005, p. 62):

[...] 75 pousadas, 15 hotéis, 71 residenciais (apart-hotéis) e 19 campings, totalizando uma capacidade simultânea de 7.522 leitos, o que corresponde a quase 80% da sua população num período de 24 horas. Em relação ao setor de alimentos e bebidas o município conta com 83 estabelecimentos entre restaurantes, bares, lanchonetes, cafeterias, sorveterias e docerias.

Nota-se assim que mesmo não sendo uma das principais centralidades turísticas do país até os anos 2000, Bombinhas/SC possui considerável relevância regional, polarizando fluxos de investimentos e pessoas. Constitui-se assim

fragmentos de tecido urbano de forma perpendicular às faixas de praia de Bombas e Bombinhas, denotando funções turísticas e imobiliárias. A figura 41 denota a evolução da ocupação de Bombinhas/SC.

Figura 41 – imagens de satélite de 1985 e 2020 de Bombinhas/SC.



Fonte: GOOGLE, 2021.

Em 1985, vias já se estendiam em direção ao sudoeste do município, denotando o mercado de terras existente em Bombinhas, sobretudo nas mencionadas praias principais. De maneira interessante, é possível notar que mencionadas vias partem da segunda linha de ocupação, posicionando-se atrás de uma estabelecida quadra inicial paralela à praia, a qual gradualmente foi ocupada por edificações ligadas ao turismo e à vilegiatura marítima.

Em relação aos pescadores, em grande parte descendentes da ocupação açoriana existente no local desde o século XVIII, em grande parte estavam distribuídos nas zonas de praia de Bombas, Bombinhas e Zimbros, constituindo suas residências e permanecendo desde então. É em Zimbros que se verifica a maior parte das residências fixas do município, seguido pelas duas praias do norte (HILLESHEIM, 2005).

Na imagem referente a 2020, referido tecido urbano esboçado nas décadas anteriores já se constitui como mancha urbana em franco processo de expansão, onde é possível notar presença de terrenos e glebas disponíveis para ocupação nos próximos anos. Ainda, ao sul de Bombas, já existem duas vias que se conectam aos bairros de Sertãozinho e Zimbros, denotando a tendência de expansão existente no tecido urbano do município. A figura 42 ressalta o estágio de urbanização da orla da praia de Bombinhas.

Figura 42 – ocupação na orla de Bombinha/SC.



Fonte: PANORAMIO, 2018.

A orla da praia de Bombinhas se constitui como uma orla verticalizada baixa, onde se verifica uma maioria de edificações com até cinco pavimentos, em especial nas áreas mais próximas ao mar. Desta forma, mesmo em áreas com edificações com menor número de pavimentos, constata-se processo gradual de verticalização da paisagem litorânea, sendo este o único caso dentre os aprofundados na pesquisa.

No entanto, a tendência iniciada na década de 1990 não deve ser incessante, ao passo de criar paredões de edificações como aconteceu em Balneário

Camboriú, devido à legislação vigente. Mas é fato que, visando o melhor aproveitamento dos lotes, hospedagens, residências e empreendimentos buscam utilizar o limite estabelecido de quatro andares mais térreo (HILLESHEIM, 2005).

De acordo com o constatado na praia de Bombinhas, é provável que haja pouca expansão do paraíso rumo ao sul do município, posto este situar-se ao norte de um dos relevos da região, o Morro do Mariscal, limitando assim a expansão nesta direção. No entanto, para leste existem considerável reserva fundiária em planície, indicando possibilidades de expansão em direção à praia de Quatro Ilhas.

Discutidos os aspectos sobre a morfologia urbana dos cinco casos selecionados, é importante elaborar algumas características gerais no que tange à definição do paraíso turístico litorâneo. O tecido urbano dos paraísos turísticos define-se por ser descontínuo aos centros urbanos metropolitanos e mesmo às cidades médias e pequenas próximas, o que denota considerável importância de certo isolamento na constituição da imagem turística utilizada por setores estatais e privados.

São assim, fundamentalmente formados por fragmentos urbanos simples e compostos, no entanto sem verificar nenhuma morfologia de linha consolidada ou em vias de consolidação. Ainda, possuem em geral diferentes estágios de ocupação em vias de consolidação, indicando não somente a dinâmica de turistificação verificada nos últimos 50 anos, mas também as limitações territoriais ao processo de expansão.

E esta tendência de redução na força dos vetores de urbanização dos paraísos litorâneos acontece mesmo com a constante valorização do solo, em virtude da existência de aspectos naturais patrimonializados. Isto denota a importância que estes elementos possuem na constituição da imagem turística dos paraísos litorâneos.

Os processos de produção do espaço urbano são, como discutido em todos os casos, constituídos por agentes intimamente ligados às práticas e atividades turísticas e de vilegiatura marítima, delegando notórias funções de lazer às espacialidades litorâneas, ainda que existam resquícios de práticas marítimas tradicionais, presentes sobretudo nas paisagens, nos discursos e na imagética utilizadas pela publicidade dos lugares.

É muito comum na zona costeira, corroborando com Castro (2016), que as comunidades tradicionais sejam submetidas a processos de territorialização,

desterritorialização e reterritorialização (T-D-R), como definido por Saquet (2011). Assim, com exceção de Bombinhas, em todos os paraísos litorâneos são relatadas as mudanças pelas quais passam os residentes, residindo nas zonas de praia até meados do século XX, receptando fluxos de viajantes alocêntricos e investidores nos anos seguintes, comercializando suas residências e terrenos, e realocando-se em áreas menos prestigiadas pelo mercado turístico.

No entanto, é nas vilas de pescadores que se inspiram os desejosos do paraíso turístico, dos turistas alocêntricos aos empreendedores. Mesmo que aqueles povos tradicionais não existam em sua totalidade de outrora e suas práticas sejam consideradas rudimentares demais para coexistir lado a lado com os visitantes psicocêntricos de agora. Assim, manter a ideia de vila, de oásis isolado à beira mar é bem mais importante para a imagem turística destas destinações que apenas permitir crescimento desenfreado do tecido urbano.

Em virtude disso, os processos de verticalização na orla de grandes metrópoles e de cidades litorâneas como Balneário Camboriú/SC, Bertioga/SP, Macaé/RJ, Vila Velha/ES e Torres/RS, não se constituem como paisagisticamente atrativos e vendáveis ao turismo de sol e praia nos paraísos litorâneos, ainda que sejam importantes para os mercados fundiário e imobiliário.

Pode-se afirmar, em última análise sobre a morfologia urbana dos paraísos turísticos, que a ideia de escassez que eleva a renda da terra à beira mar é potencializada ao serem agregadas as impossibilidades de expansão vertical e horizontal, além da imagética de residir ou investir numa espacialidade essencialmente paradisíaca.

Patrimônio natural: condições alocêntricas no jardim terreal

Ao analisar, ao longo da pesquisa, os elementos constituintes da imagética do paraíso turístico, chegou-se à conclusão de que este tem íntima relação com os aspectos ambientais existentes nas destinações, independentemente do tipo de ambiente considerado.

E isto é tão notório que, ao analisar as diversas visões históricas referentes ao paraíso, absolutamente todas referem-se à natureza como elemento denotador dos ditames divinos. Além da síntese estabelecida no quadro 13, no início deste capítulo,

ainda é possível citar que este é um dos únicos elementos imutáveis existentes nas diferentes concepções de paraíso turístico, ressaltando assim sua importância.

Ao passo em que os escritos religiosos relatam a existência e as qualidades da natureza edênica e de outros exemplares de jardins divinos, exploradores e navegadores citam as destinações à luz destas escrituras, fazendo paralelos e aproximações entre os recursos naturais existentes e as bênçãos divinas. Escritores descrevem os aspectos naturais frente aos desafios da vida urbana, enquanto os mochileiros apenas resolvem escapar deste modo de vida urbano e dirigir-se aos espaços dotados de aspectos naturais.

Os magazines de viagem vão além, ressaltando, edição após edição e matéria após matéria, os importantes aspectos naturais que conformam as imagens das destinações turísticas, os quais estão presentes, de forma direta ou indireta, em 56,55% das matérias (122). Direta pois há menções claras à natureza nas três revistas analisadas, enquanto indiretamente os aspectos naturais são condições *sine qua non* para a constituição de atrativos como os esportes de aventura (19,67%), o turismo de sol e praia (17,21%), os esportes náuticos (10,65%), a vida silvestre e as práticas de mergulho (ambos 5,73%).

No que tange aos criadores de conteúdo para o *YouTube*, como verificado anteriormente, dos 129 atrativos compilados na análise dos 35 vídeos levantados, 102 são referentes a atrativos naturais dos territórios turísticos, o que corresponde a 79% do total. Já as menções à natureza como atrativo, aparecem em dezenove dos 35 vídeos de viagem considerados como adequados para o levantamento, quantidade que indiretamente poderia chegar a muito mais por conta de a natureza ser fator condicionante de diversas atividades e segmentações turísticas.

Mais ainda, a existência de unidades geoambientais em territórios turísticos é motivo para que sejam tomadas, inclusive, medidas de contenção de fluxos de pessoas e de capitais, cobrança de taxas de acesso e permanência, assim como estabelecimento de legislações de controle de uso e ocupação do solo urbano.

Apenas estes dados já comprovariam a relevância dos aspectos naturais para a imagem turística dos paraísos litorâneos. No entanto, para além da breve informação sobre a existência destes, é ainda mais importante compreender os impactos das práticas turísticas aos elementos naturais que as impulsionaram, as

medidas de patrimonialização natural existentes, assim como os prognósticos de relação entre *status* de conservação e imagem turística da destinação.

A paisagem turística não é conformada apenas pela morfologia urbana, sobretudo na zona costeira e, de maneira mais acentuada ainda, nos paraísos turísticos aí inseridos. A morfologia urbana constitui a paisagem ao se associar aos aspectos ambientais existentes no entorno, os quais são representados pelo sítio urbano (relevo), drenagem (corpos d'água) e cobertura vegetal (MMA, 2002).

Em relação ao sítio urbano e seus pormenores notáveis, casos do relevo, da geomorfologia e das conseqüentes ambiências, nota-se que mesmo com as modificações existentes, exercem considerável influência na seletividade espacial proposta pelo turismo. Sobre isto, denota Villaça (1998, p. 188):

[...] quando esse sítio natural atraente é constituído por praias, uma série de especificidades ocorre. Tudo indica que as praias são altamente responsáveis por uma cultura urbana específica, por um estilo de vida próprio das nossas cidades marítimas. A forma da casa – não só o apartamento, mas seu tamanho, tendente a ser cada vez menor, se comparado com os das metrópoles interiores –, a praia e seu turismo, a vida ao ar livre e o tipo de bairro com alta densidade e mistura de usos do solo tiveram inegável influência em tal cultura.

Diante desta afirmação pode-se dizer que o sítio natural litorâneo influencia as formas de edificar, visitar e residir, posto suscitar não somente as práticas cotidianas, mas também práticas que denotam um contato muito maior com os aspectos naturais próprios da zona costeira. Isto constitui cômodos e acomodações menores, pois as práticas do turismo litorâneo e da vilegiatura marítima se constituem, de maneira geral, fora das quatro paredes.

Os sistemas de drenagem, compostos por rios, lagoas costeiras e interdunares, canais de maré e manguezais, são algumas das geofácies mais instáveis da zona costeira, demandando assim medidas capazes de mitigar os impactos da ocupação turística (MEIRELES, 2012). Desta forma, as dinâmicas naturais responsáveis por criar importante beleza cênica, agregar valor à atividade turística e possibilitar experiências renovadoras aos visitantes, também atraem ações e objetos capazes de desregular-nas completamente.

Quanto à cobertura vegetal, estas referem-se aos conjuntos vegetacionais característicos da zona costeira, casos da vegetação de porte arbustivo de restinga e topos de dunas fixas, manguezais e apicuns, resquícios de Mata Atlântica, matas

ciliares e coqueirais. Estes, de acordo com o Projeto Orla, são os mais visíveis na paisagem litorânea e, assim sendo, denotam as características paisagísticas da urbanização litorânea dos paraísos turísticos.

As orlas dos paraísos turísticos, de acordo com as características paisagísticas urbanas, podem ser classificadas como rústicas, possuindo (MMA, 2002, p. 45):

[,,] lotes grandes, esparsos, contínuos ou não, entremeados de vegetação nativa, pomares ou coqueirais (nesse caso, somente nas regiões Norte e Nordeste), geralmente encontrados em áreas pioneiras ou de difícil acesso e com traçado urbano bastante simples.

Neste padrão, os espaços públicos tratados são praticamente inexistentes, limitando-se aos arruamentos simples e à praia, muitas vezes, isolada do casario por remanescentes de vegetação de praia e/ou restinga.

Há, em alguns casos, a possibilidade de aproximações com as características de orla bairro-jardim, a qual conta “com lotes grandes, edifícios distanciados uns dos outros, todos os espaços ocupados por jardins, as ruas arborizadas e as calçadas por vezes gramadas” (MMA, 2002, p. 45). No entanto, mencionada descrição está muito mais próxima de alguns paraísos litorâneos onde o tecido urbano se constitui a partir de arruamento já estabelecido por vias preexistentes ou parcelamentos de terra.

É importante também entender que não se pode comparar a abundância dos recursos naturais da atualidade com aqueles que eram motivos de poemas e mesmo de relatos de viagens de outrora. Ainda que diversos territórios turísticos tenham receptado, após a chegada da atividade turística, políticas públicas ligadas à área ambiental com objetivo de restringir determinadas práticas e os consequentes impactos aos recursos naturais.

Iniciam-se então as análises sobre as condições do patrimônio natural existente nos paraísos turísticos litorâneos, tomando por base as destinações selecionadas e as respectivas aproximações com outros casos. Busca-se assim compreender como estes elementos contribuem para a manutenção das imagens turísticas de Jericoacoara, Maragogi, Morro de São Paulo, Pontal do Atalaia e Bombinhas.

A vila de Jericoacoara, no litoral do município de Jijoca de Jericoacoara/CE, encontra-se atualmente bordejada pelo Parque Nacional de Jericoacoara, o qual

abrange uma área litorânea de 8.850 hectares. A UC compreende extensa área de dunas, com presença de manguezal, vegetação de restinga, canais de maré, lagoas interdunares, faixa de praia, maciço residual cristalino, falésia e *beach rocks* (ICMBIO, 2009).

A instituição do Parque Nacional de Jericoacoara trata-se, de acordo com o ICMBIO (2009, p. 1):

[...] de uma Unidade de Conservação de Proteção Integral que tem como objetivo proteger amostras significativas de ecossistemas costeiros e oferecer oportunidades controladas de visitação, recreação e ecoturismo, além de atividades de educação ambiental e pesquisa científica.

Assim, o estabelecimento desta UC não visa somente a formalização de instrumentos para a proteção da referida área natural e respectivos recursos, mas também a viabilização e fundamental manutenção de especificidades capazes de qualificar o território para determinada função econômica, caso da realização de segmentações do turismo de sol e praia e do ecoturismo. O mapa 4 representa o PARNA de Jericoacoara.

Mapa 4 – cartograma de representação do Parque Nacional de Jericoacoara, no Ceará.



Fonte: ICMBIO, 2021.

Esta combinação de características naturais e legislações ambientais constitui um sistema de considerável beleza cênica, o qual, não à toa, é chamado desde a década de 1960 de paraíso litorâneo pelos visitantes. No entanto, de acordo com o que foi pontuado anteriormente, a natureza paradisíaca não se constitui da mesma forma que há 50 anos atrás, consequência do processo de uso e ocupação do solo de Jericoacoara.

Os decretos estabelecidos na instituição do PARNA de Jericoacoara criam diversos impedimentos legais à expansão da vila de Jericoacoara e das ocupações no interior da UC, o que não significa que estes processos tenham acontecido com certa frequência nas últimas décadas. Conforme Silva (2019), as questões ambientais de Jericoacoara têm como um dos pontos focais a valorização do solo urbano na vila em detrimento das leis ambientais de uso e ocupação.

Mencionada contradição ocasiona gradual aumento da demanda pelo estabelecimento de novas posses fundiárias e imobiliárias, o que, em consequência, motiva repetidas ilegalidades no processo de ocupação e expansão horizontal do tecido urbano. Noutras palavras, é muito comum que residentes de Jericoacoara que possuem imóveis próprios sejam favoráveis à existência do PARNA, enquanto aqueles que residem de aluguel ou em casas de familiares denotam como a inexistência da UC seria benéfica a estes.

Mas isto não significa que as edificações não sejam erguidas na área das dunas, o que é recorrente na área da Nova Jeri. Ainda, Silva (2019) ressalta que apesar das proibições sobre a circulação de veículos sobre dunas, inclusive nas trilhas que ligam a sede à vila, ainda é corriqueiro que estas infrações sejam cometidas, o que se soma ao acesso descontrolado à duna do pôr-do-sol, responsável por causar a redução drástica do tamanho da mesma.

Outra problemática ressaltada pela autora é a referente à quantidade de resíduos sólidos produzida pelo alto fluxo de turistas, sobretudo na alta estação (SILVA, 2019). É muito comum encontrar lixo em trilhas, dunas, ruas e faixa de praia de Jericoacoara, enquanto Silva *et al* (2010) citam que alguns pontos da vila possuem esgoto a céu aberto.

Citados os principais problemas ambientais existentes em Jericoacoara, cabe entender também se as ações de planejamento em escala local se constituem

como formas viáveis de mitigar os impactos e manter os elementos característicos da paisagem turística da destinação.

No que tange à Jericoacoara, há pelo menos três iniciativas com foco na manutenção do patrimônio ambiental local e na busca por realização de turismo sustentável, casos da instituição do PARNA, a criação do Conselho Consultivo do Parque (CONPARNA) e a existência da Cooperativa de Catadores de Jericoacoara.

Como já ressaltado, a existência da UC pressupõe alguns critérios para atividades estabelecidas bem como para as dinâmicas que partem da vila em direção ao PARNA, definidos pelo Governo Federal (BRASIL, 2002) através do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC):

- A proibição de visitação pública, exceto aquelas previstas pelo Plano de Manejo.
- É proibida a exploração de recursos minerais e a caça amadorística ou profissional.
- Proibido uso de espécies localmente ameaçadas de extinção ou de práticas que danifiquem os seus habitats.
- Proibição de práticas ou atividades que impeçam a regeneração natural dos ecossistemas.
- Proibidas quaisquer alterações, atividades ou modalidades de utilização em desacordo com os seus objetivos, o seu Plano de Manejo e seus regulamentos.
- É proibida a introdução de espécies não autóctones.

Em virtude da considerável extensão da UC e do pequeno contingente de pessoal disponível para fiscalizar a aplicação das leis de ordenamento territorial e ambiental, os membros componentes das mais de vinte instituições integrantes do CONPARNA funcionam como fiscais em potencial para as possíveis infrações que possam ser cometidas por representantes do poder turistas, residentes, empreendedores e prestadores de serviços.

E mencionada atribuição de função fiscalizadora acontece de tal forma, que Silva (2019) denota a abrangência das principais organizações existentes, casos da Agência de Desenvolvimento do Turismo do Distrito de Jericoacoara (37 representantes), Cooperativa de Bugueiros de Jericoacoara (32 cooperados), Jericoacoara Associação de Buggie (33 associados), Associação dos Condutores de Turismo (22 sócios), Associação das Crocheteiras Mundo Jeri (30 associadas),

Associação dos Motoristas de Caminhonetes de Jijoca de Jericoacoara (58 sócios), Associação das Pousadas (40 associados).

Referido quantitativo de associados é tão considerável que as determinações estabelecidas pelo Conselho Consultivo do Parque Nacional de Jericoacoara passam a ter, em alguns momentos, cerca de 250 olhos que circulam não somente pela vila, mas também pelas trilhas que levam a outros atrativos.

Mencionada iniciativa é participativa e assim sendo, confere à sociedade civil a responsabilidade de fiscalizar o turismo e as demais práticas realizadas em Jericoacoara. Ainda, é importante reconhecer que reunião de visões diversas no possibilita – e não dá certeza – a resolução de problemas que podem afetar a imagem turística da destinação. A figura 43 denota a paisagem turística existente Jeri.

Figura 43 – paisagem da Pedra Furada e do serrote de Jericoacoara.



Fonte: CASTRO, 2017.

Referidas ações e as instituições responsáveis por estas são claramente responsáveis diretas pela manutenção da imagem turística de Jericoacoara, divulgada e de diferentes maneiras e intensidades. Ao passo em que as leis ambientais são fiscalizadas e as infrações penalizadas, crescem as possibilidades de maior conscientização dos diferentes setores componentes das atividades e das práticas turísticas e imobiliárias deste paraíso litorâneo.

Mais ainda, os atrativos naturais de Jericoacoara, apesar de dependerem da cadeia produtiva da vila, caso das hospedagens, restaurantes, comércios, bares e

demais serviços, existem por si só. Em outras palavras, não são os *resorts* e a vida noturna que compõem o cerne da imagética turística dos paraísos litorâneos, – apesar de também fazerem parte dos atrativos – mas as praias, dunas, formações rochosas, mirantes, piscinas naturais e outras paisagens que denotam o patrimônio ambiental.

Não é incorreto afirmar então que, primordialmente, a paisagem turística destes lugares faz referências claras às características alocêntricas de outrora, responsável pela popularização. O processo de propagação da imagem da destinação é causa direta da atração de turistas e ampliação da carga sobre os recursos naturais e paisagens existentes, ocasionando graduais desequilíbrios ambientais.

No caso de Jericoacoara, em virtude das facilidades cada vez maiores de acesso, inclusive com passeios semanais que saem de Fortaleza/CE, Teresina/PI e outros municípios do litoral próximo, é possível que aconteçam desgastes cada vez maiores em paisagens naturais como o Serrote, a Pedra Furada e a Duna do Pôr do Sol, assim como em atrativos mais distantes, como a Lagoa do Paraíso (na sede municipal) e no Buraco Azul (distrito de Caiçara).

Isto não apenas é provável, como é bastante comum em paisagens turísticas litorâneas, como a erosão humana nas falésias de Canoa Quebrada (Aracati/CE), o depósito de lixo na Mata Atlântica da praia de Boracéia (São Sebastião/SP) e inúmeros outros casos no litoral brasileiro.

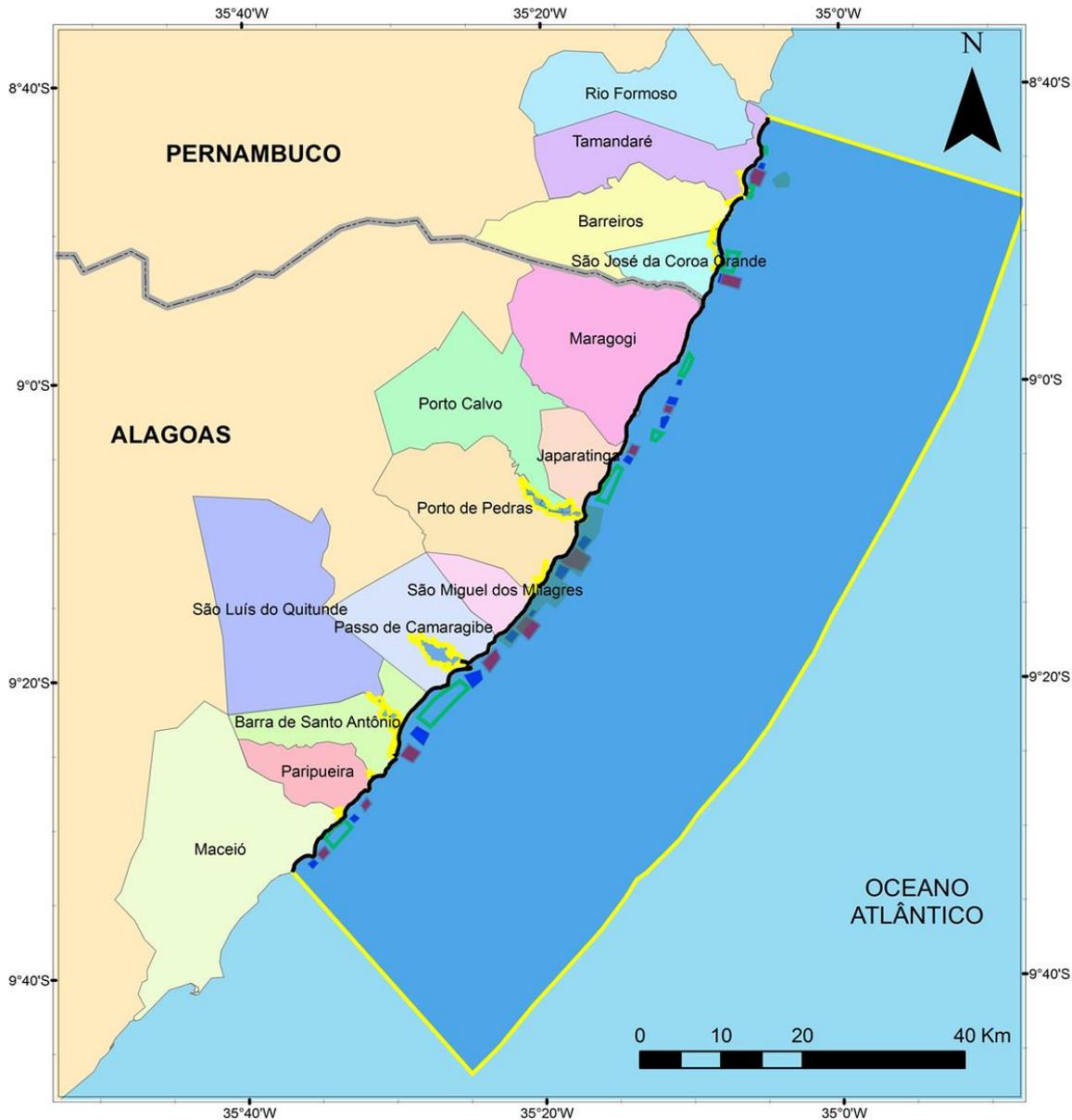
O litoral de Maragogi/AL constitui parte da APA da Costa dos Corais (APACC), que ocupa o litoral sul de Pernambuco e o litoral norte de Alagoas com o objetivo de (ICMBIO, 2013, p. 17-18):

- garantir a conservação dos recifes coralígenos e de arenito, com sua fauna e flora;
- manter a integridade do habitat e preservar a população do Peixe-boi marinho (*Trichechus manatus*);
- proteger os manguezais em toda a sua extensão, situados ao longo das desembocaduras dos rios, com sua fauna e flora;
- ordenar o turismo ecológico, científico e cultural, e demais atividades econômicas compatíveis com a conservação ambiental;
- incentivar as manifestações culturais contribuindo para o resgate da diversidade cultural regional.

Cabe ressaltar que a instituição da APA, em 1997, além de objetivar a proteção dos recursos marinhos existentes na região, também estabelece marcos para a realização da atividade turística e imobiliária, o que pode, segundo Lins (2017),

ocasionar o surgimento de conflitos onde os interesses econômicos são colocados acima dos interesses socioambientais. O mapa 5 ressalta o cartograma da APA.

Mapa 5 – cartograma de representação da APA Costa dos Corais.



- Legenda**
- Zona de Uso Sustentável - ZUS
 - Limites da APACC
 - Zona de Praia - ZP
 - Zona de Conservação - ZC
 - Zona Exclusiva de Pesca - ZEP
 - Zona de Visitação - ZV
 - Zona de Preservação da Vida Marinha - ZPVM
 - Zona de Transição - ZT

Elaboração:
APA Costa dos Corais/ICMBio

Fonte: ICMBIO, 2021.

A área da APA define zonas com intuito de preservar elementos que são considerados potencialidades da região, casos de ambientes naturais compostos por recifes, manguezais, piscinas naturais e ambientes estuarinos. Desta forma, busca-se proteger não somente o ambiente por sua beleza cênica, mas também por sua representatividade cultural, por suas funções biológicas e econômicas (ICMBIO, 2013).

Definidas as zonas específicas para cada função, entende-se que a APA deveria ser munida de instrumentos legais e corpo técnico capazes de regulamentar e penalizar usos indevidos em áreas não recomendadas para realização de atividades conflitantes, casos da atividade turística, da urbanização litorânea e de outras práticas marítimas capazes de gerar impactos. De acordo com o Plano de Manejo da APA Costa dos Corais, são ao menos nove ameaças específicas aos recursos ambientais terrestres e marinhos.

São estas o turismo desordenado, a degradação de áreas de mangue, despejo de resíduos provenientes de marinas, a relevância do poder econômico e político, o conhecimento da coletividade residente sobre a UC, o crescimento desordenado do entorno, a ausência de tratamento dos efluentes de grandes empreendimentos, a contaminação das matas ciliares por agrotóxicos e o aumento do fluxo de grandes embarcações (ICMBIO, 2013).

Como abordado anteriormente, no que tange à Maragogi, a sede urbana do município e principal destinação turística possui urbanização consolidada, o que não significa que este processo tenha sido realizado de maneira ordenada ou sem gerar consideráveis impactos. Daí se constitui uma das primeiras questões ambientais do local, o caso do saneamento básico e da poluição dos corpos d'água existentes por esgotamento sanitário.

De acordo com Lins (2017), mesmo com a recorrente e sucessiva implantação de Sistema de Esgotamento Sanitário (SES) nas diversas localidades do município, iniciada na década de 1990 e finalizada em 2004 com recursos do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE), até meados da década de 2010 as áreas de foz dos rios se constituíam como impróprias para banho.

Ainda, de acordo com a autora, é paradoxal a ideia de que uma destinação que depende essencialmente da qualidade de seus recursos hídricos fluviais e marinhos para manter as atividades econômicas base – casos da pesca e do ecoturismo – sequer se preocupe em mitigar os impactos da ocupação desordenada no entorno destes ambientes, mesmo após quase uma década de investimentos recorrentes (LINS, 2017).

Outra questão alvo de discussões entre a sociedade civil e a gestão da APA são as restrições existentes ao limite de visitantes diários nas áreas de mergulho, casos das galés, taocas e piscinas naturais de Maragogi, ambiente marinho bastante suscetível a alterações devido às mudanças físicas, químicas e biológicas das águas oceânicas.

Conforme ressalta o Plano de Manejo da APA, o número de turistas é dividido por local de visitação e por tamanho de embarcação, constituindo assim a quantidade de 720 visitantes nas galés, 426 nas taocas, 426 na Barra Grande de Maragogi e 252 nas piscinas naturais de Paripueira (ICMBIO, 2013).

Este quantitativo, conforme Soares (2019), foi alvo de contestações por proprietários de lanchas, que relatam não serem igualitárias as divisões dos limites de passageiros para o transporte até as galés, taocas e demais áreas de banho e mergulho. No entanto, a referida divisão não depende de acordo do conselho, mas de possíveis concessões por parte dos proprietários de embarcações maiores (catamarãs).

Assim, o Conselho Consultivo da APACC (CONAPACC) tem por objetivo a criação de espaço para gestão participativa da APA Costa dos Corais, sendo assim composto pelo poder público local e por mais 45 entidades, como a Associação de Bugueiros de Maragogi, a Associação de Fotógrafos Marítimos de Maragogi, a Associação de Operadores de Mergulho de Maragogi, a Associação de Proprietários de Catamarãs de Maragogi e a Associação de Lancheiros de Maragogi (ICMBIO, 2021).

Assim, cada uma das 45 entidades componentes do respectivo conselho deve atuar como agente ativo no processo de complementação das baixas capacidades de fiscalização e administração da UC por parte do ICMBIO. Soma-se a este, a existência do Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (COMDEMA),

o qual, segundo Soares (2019, p. 182), “é, de fato, municipal, devendo, portanto, atuar na fiscalização e proposições de ações ligadas à questão ambiental em todo o município”.

No entanto, ao passo em que o CONAPACC atua na busca pela realização sustentável – ou pelo menos com mitigação dos impactos – das atividades econômicas no litoral de Maragogi, o COMDEMA foca as atenções na atividade turística, deixando de lado as demais atividades existentes no município e ocasionando um planejamento ambiental que não contempla diversos impactos ocasionados pela segunda principal atividade econômica do município, caso da agricultura familiar (SOARES, 2019).

Ainda, sobre o Poder Público municipal, Kaspar (2012, p. 145) afirma que:

O uso e a ocupação do solo associados à turistificação em Maragogi, têm se constituído no maior problema associado ao turismo nesse município. Parte da população que antecedeu o turismo em Maragogi tem sido vítima da especulação imobiliária, que expulsa a população nativa do seu hábitat. Uma das formas de se enfrentar tais problemas seria a adoção de um planejamento turístico integrado com o Plano Diretor e que tal instrumento busque atender os anseios da população e garanta as suas necessidades futuras. O planejamento integrado passa pela intersectorialidade, uma abordagem que busca integrar o turismo às demais atividades de um município. Não há como somente políticas públicas voltadas para o turismo resolver todos os problemas que impedem o desenvolvimento. O turismo precisa estar articulado com áreas da saúde, saneamento básico, educação, meio ambiente, cultura, etc.

Paradoxalmente, apesar de o governo e a iniciativa privada de Maragogi falarem sobre a importância do desenvolvimento sustentável, o Plano Diretor, que deveria ser o instrumento regularizador do uso e ocupação do solo e limitante da especulação imobiliária, está servindo de base para estímulo à continuação da espacialização da segunda residência. O Plano Diretor do município privilegia o interesse do capital, estimulando a ocupação de determinadas áreas, o que tem levado ao afastamento de parte da população pretérita destas áreas, que vão ocupar áreas marginais, em condições insalubres.

Diante disto, compreende-se que os anseios que motivaram a criação da UC e as pressões da gestão municipal tornam-se gradualmente antagônicos e não dialógicos, contribuindo assim para o surgimento de desequilíbrios nas esferas social, ambiental e econômica em Maragogi, o que gradualmente poderá ocasionar na modificação das paisagens bem como da imagem turística da destinação. A figura 44 denota o principal cartão postal do paraíso alagoano.

Figura 44 – paisagem das galés de Maragogi/AL, a oeste da destinação.



Fonte: WIKIPEDIA, 2017.

Diferentemente de Jericoacoara, paraíso litorâneo que tem no continente suas principais paisagens turísticas, é no oceano que Maragogi possui o principal atrativo turístico, à exemplo de outras destinações como Porto de Galinhas (Ipojuca/PE), São Miguel dos Milagres/AL, Barra Grande e Taipu de Fora (Maraú/BA), Boipeba (Cairu/BA), Guajiru (Trairi/CE), dentre outros.

Desta forma, prezar não somente pela resolução das questões relativas ao saneamento básico incompleto, mas também da gestão dos resíduos sólidos provenientes de diversas frentes, da poluição química ocasionada pela atividade agrícola e da contaminação por uso de cosméticos por parte dos banhistas é fundamental para a manutenção da utilização turística saudável e ambientalmente correta dos recursos marinhos em Maragogi, assim como em outros destinos semelhantes.

Morro de São Paulo, no litoral baiano, encontra-se num ambiente insular repleto de vegetação de Mata Atlântica de porte arbóreo, sistemas costeiros compostos por restingas, manguezais, praias com coqueirais e recifes de corais. Com a dinamização turística, ocorrida nos últimos 50 anos, a especialização da atividade

no território da ilha foi ampliada, juntamente à vilegiatura marítima e às atividades componentes da cadeia produtiva do turismo, refuncionalizando áreas naturais e descaracterizando paisagens.

Desta forma, o estabelecimento de vetores de expansão urbana de Morro de São Paulo são elementos primordiais na supressão da cobertura vegetal e consequentes impactos socioambientais nos ecossistemas e na paisagem turística da Ilha de Tinharé, demandando assim legislação capaz de minimizar o processo de degradação suscitado pela turistificação.

A instituição da APA Tinha/Boipeba, em 1992, e a elaboração de seu Plano de Manejo, em 1998, têm como objetivos (CONDER, 1998, p. 6):

- Estimular o desenvolvimento regional;
- Ordenar as atividades econômicas, de turismo ecológico, sociais e humanas, observando as diretrizes que orientam para o desenvolvimento sustentado;
- Incentivar o uso sustentável dos recursos naturais;
- Criar mecanismos visando reverter o processo acelerado de descaracterização ambiental dos povoados das ilhas;
- Preservar os manguezais, os recursos naturais das áreas de restinga e de remanescentes da Mata Atlântica bem como o relevante patrimônio histórico/ecológico;
- Incentivar ações de educação ambiental para desenvolver a consciência ecológica nas gerações atuais e futuras;
- Proteger paisagens, belezas cênicas e recursos hídricos;
- Propiciar recreação e lazer.

O Plano de Manejo direciona, claramente, ações para a realização da atividade turística em consonância com o patrimônio ambiental local, o que, em tese, deve constituí-lo como importante instrumento de gestão do uso e ocupação do solo na APA de Tinharé/Boipeba. Ainda, a gestão da UC reconhece a existência das ameaças às características naturais da região, casos da ocupação desordenada, a remoção da cobertura vegetal, a retirada de sedimentos e a pesca predatória em demanda da região turística.

De acordo com Corrêa (2006), alguns impactos são visíveis a partir dos principais cartões postais de Morro de São Paulo, caso das praias, e já ocasionam desequilíbrios perceptíveis. A remoção de areia e dinamitação de bancos de corais gradualmente ocasiona o estreitamento da faixa de praia leste da ilha, já ocasionando cenários erosivos na paisagem.

Devido às condições logísticas da ilha, o desembarque de produtos e equipamentos acontece na Primeira Praia, o que ocasiona não somente a poluição da água por combustíveis de motores das embarcações, mas também o depósito de resíduos de telhas, tijolos, vidro e madeira na areia de praia (CORRÊA, 2006). Outro impacto verificado nos recifes coralíferos da Terceira Praia é a destruição pelo derramamento de óleo, impacto de embarcações e pisoteio de turistas na área, constituindo a supressão da vida marinha local.

Até 2001 a vila não possuía SES, havendo apenas utilização massiva de sistema de fossa-sumidouro. Constatou-se assim a gradual contaminação das águas subterrâneas e, conseqüentemente, das nascentes, mananciais e fontes de abastecimento hídrico para os residentes de Morro de São Paulo. E a contaminação não se restringe somente às fontes, descendo até a principal praia da destinação principalmente em períodos de alta estação (CORRÊA, 2006).

Ao passo em que o processo de turistificação acontece, os residentes passam por gradual processo de T-D-R, ocupando novas frentes anteriormente ocupadas por vegetação nativa. Como denota Virgens (2010, p. 104):

No município de Cairu, especialmente em Morro de São Paulo, processo similar vem acontecendo. As construções vêm tomando conta da paisagem, antes dominada pela natureza, e que atualmente parece ter como única função a atratividade turística que possui, como uma forma de gerar mais divisas para que se realizem novas construções ou que se aumentem as construções já existentes.

A mudança da atividade econômica predominante fez com que algumas localidades fossem ocupadas em função do suprimento das demandas turísticas, estabelecendo centralidades nas áreas mais próximas dos atrativos naturais, gerando algumas conseqüências como a “ocupação de sítios históricos e de áreas de risco (encostas), loteamentos clandestinos, invasões, etc.” (grifo da autora).

No que tange à paisagem turística e unidades vegetacionais de Morro de São Paulo, estas não podem ser confundidas com as características de municípios litorâneos nordestinos, sobretudo por conta da presença de Mata Atlântica arbórea densa, a exemplo do que acontece em outras ilhas oceânicas brasileiras, casos da Ilha do Farol (Arraial do Cabo/RJ), Ilha das Couves (UBATUBA/SP) e Ilha de Porto Belo (Porto Belo/SC).

Assim, não é somente nas praias que se constatam processos erosivos, mas também nas encostas desmatadas e ocupadas por edificações sob risco iminente de deslizamentos, fato já conhecido pelo poder público municipal (CAIRU, 2004).

Assim, dentre as destinações abordadas mais a fundo, o paraíso litorâneo de Morro de São Paulo apresenta consideráveis problemas de gestão ambiental, sob controle do Governo do Estado da Bahia e do município de Cairu. A figura 45 mostra a erosão no litoral de Morro de São Paulo.

Figura 45 – erosão do relevo mais ao norte de Morro de São Paulo, em Cairu/BA.



Fonte: PANORAMIO, 2019.

Apesar da gestão da APA ficar sob responsabilidade de, ao menos, duas esferas estatais, não há organização de qualquer sistema que propicie a fiscalização por parte do poder público e por parte das organizações da sociedade civil. Desta maneira, o que se verifica são constantes infrações às determinações contidas no Plano de Manejo da APA e no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU) do município (CAIRU, 2004).

O que se constitui, gradualmente no paraíso de Morro de São Paulo, são diversas frentes de impacto não somente nas zonas de praia, mas especialmente na cobertura vegetal, nos recursos hídricos e nas formas de relevo componentes da paisagem turística do balneário considerado um dos principais do litoral baiano, conforme Corrêa (2006, p. 38-39):

Segundo dados fornecidos pela Empresa de Turismo da Bahia S/A - Bahiatursa, Morro de São Paulo é o principal motivador do deslocamento do turista para o Arquipélago de Tinharé e proximidades, ficando em 5º lugar como destino preferido no Estado

da Bahia. Apesar do reduzido espaço geográfico, é onde estão localizados os principais recursos turísticos de toda a região.

E o reduzido e isolado espaço turístico não apenas existe como motivador para a visitação, mas também para as possibilidades investimento em empreendimentos turísticos e em propriedades fundiárias, o que denota o grau de comprometimento da cobertura vegetal frente à especulação imobiliária e à presença de empreendimentos já alocados. A figura 46 traz o *masterplan* do loteamento Reserva Morro de São Paulo.

Figura 46 – *masterplan* do loteamento Reserva Morro de São Paulo – Segunda Praia, em Cairu/BA.



Fonte: VIVER MORRO DE SÃO PAULO, 2021.

Referida planta, composta por uma área comercial a leste e seis condomínio residenciais, encontra-se completamente inserida em área atualmente florestada por vegetação de Mata Atlântica, componente fundamental da paisagem da destinação. Com obras já iniciadas, mencionado empreendimento é apenas exemplo de outros já existentes e em especulação na localidade, sob concessão da Prefeitura de Cairu (VIVER MORRO DE SÃO PAULO, 2021).

Não se verificam, em Morro de São Paulo, ações efetivas com o objetivo de mitigar impactos ou mesmo limitar o fluxo de visitantes durante os períodos de alta estação, com exceção da cobrança de uma taxa de acesso à destinação, o que não evita que a capacidade de carga do ambiente seja extrapolada a ponto de ocasionar desequilíbrios consideráveis aos elementos naturais componentes das paisagens. A vegetação ainda consideravelmente preservada e as praias do paraíso litorâneo baiano, sem o devido controle e fiscalização, tendem a sofrer consideráveis impactos

ambientais, suscitando descaracterizações da paisagem no curto e médio prazo. A figura 47 denota a paisagem turística difundida de Morro de São Paulo.

Figura 47 – paisagem turística de Morro de São Paulo, em Cairu/BA.



Fonte: BAHIA TERRA, 2019.

Ressalta-se que, a exemplo de Maragogi e Jericoacoara, Morro de São Paulo também tem na natureza seus principais atrativos turísticos e a gradual descaracterização destes significa também a provável perda de importância turística. Assim, Mata Atlântica, recifes, praias e relevo constituem um cenário que referencia características notáveis da época da chegada dos portugueses, tornando-o assim singular frente aos destinos densamente urbanizados.

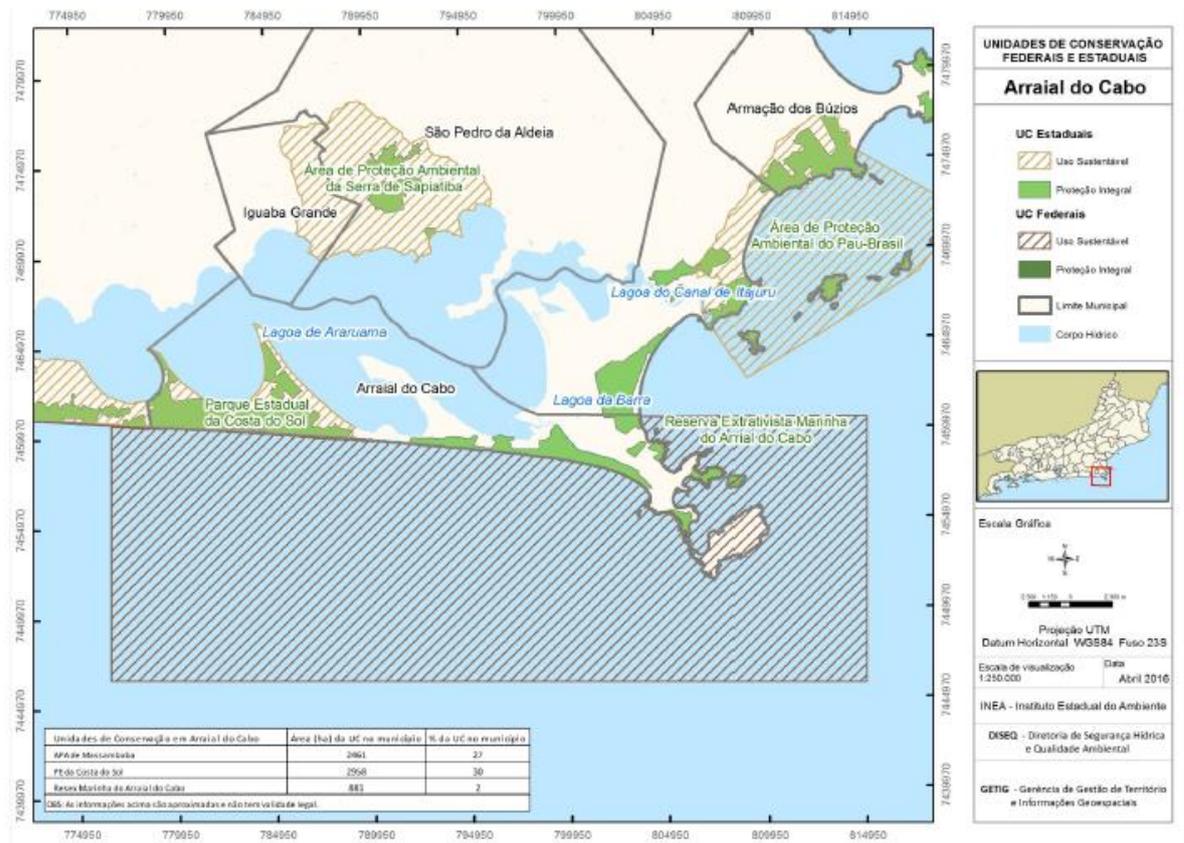
Pontal do Atalaia, no município carioca de Arraial do Cabo, constitui-se como uma península que adentra o Oceano Atlântico, o que não garante a mesma dinâmica ambiental existente na vizinha, Ilha do Farol. Ao passo em que a insula tem cobertura vegetal formada por Mata Atlântica densa, semelhante ao paraíso litorâneo baiano, Pontal do Atalaia possui associações entre Mata Atlântica e restinga, juntamente a afloramentos rochosos nos topos de morros (RIO DE JANEIRO, 2017).

Ainda, como ressaltado anteriormente, o paraíso também é constituído por faixas de praia bastante preservadas, as quais estão entre as mais belas do país, não contando sequer com edificações que possam modificar a paisagem. E mencionada

preservação se justifica, posto o Pontal do Atalaia encontrar-se em meio a, pelo menos, cinco UC.

Pode-se afirmar que o patrimônio ambiental local, de maneira diferente aos paraísos já abordados, é gerido por três esferas estatais, casos do município, do estado do RJ e do Ministério do Meio Ambiente (RIO DE JANEIRO, 2017). Isto faz com que, ao menor sinal de intervenções que contrariem as normas estabelecidos nos respectivos planos de manejo e decretos de instituição das UC, sejam tomadas medidas de mitigação e reparação ambiental. O mapa 6 delimita as principais UC do território de Arraial do Cabo/RJ.

Mapa 6 – cartograma de localização da RESEX Marinha de Arraial do Cabo e do Parque Estadual da Costa do Sol.



Fonte: RIO DE JANEIRO, 2017.

Com a presença de, ao menos, duas UCS de grande porte, uma sob gestão estadual e outra sob gestão federal, Arraial do Cabo/RJ se constitui como importante região turística no litoral do Rio de Janeiro por conta da preservação constatada nas zonas de praia.

No caso específico de Pontal do Atalaia, a área do Parque Estadual da Costa do Sol (PECS) refere-se à porção terrestre oeste da península, sendo assim

voltada à proteção integral, onde atualmente há pouquíssimas edificações (datadas de antes da instituição da UC, em 2011) e via que dá acesso às badaladas Prainhas do Pontal. Segundo o INEA (2012), a UC tem como objetivos:

Assegurar a preservação dos remanescentes de Mata Atlântica e ecossistemas associados da região das baixadas litorâneas (restingas, mangues, lagoas, brejos, lagoas, entre outros), possibilitando a recuperação das áreas degradadas ali existentes; manter populações de animais e plantas nativas, servindo como refúgio para espécies migratórias raras, vulneráveis, endêmicas e ameaçadas de extinção da fauna e flora nativas; oferecer oportunidades de visitação, recreação, interpretação, educação e pesquisa científica; possibilitar o desenvolvimento do turismo no seu interior - uma vocação natural dessa região do Estado - além de atividades econômicas sustentáveis no seu entorno.

São permitidas, através das regras estabelecidas pelo poder público estadual, atividades de lazer, turismo de sol e praia, de aventura (trilhas e escaladas) e de natureza, enquanto não são permitidas a remoção de cobertura vegetal e captura de exemplares de vida silvestre, bem como a edificação na área (INEA, 2012). A figura 48 exibe o patrimônio preservado do PECS na região do Pontal.

Figura 48 – área do Parque Estadual da Costa do Sol, em Pontal do Atalaia, Arraial do Cabo/RJ.



Fonte: INEA/RJ, 2012.

Em relação à RESEX Marinha de Arraial do Cabo (RESEXMAR – AC), esta foi criada em 1997 com foco na preservação dos recursos marinhos e costeiros de todo o município, como denota o mapa 4. Ainda, mediante o proposto no Plano de Manejo da UC, a instituição da mesma visa (ICMBIO, 2020, p. 12):

[...] proteger o modo de vida do pescador tradicional de Arraial do Cabo, beneficiando as gerações presentes e futuras, conservando os

ecossistemas e permitindo a geração de trabalho e renda também com outras atividades tradicionais de forma equânime.

Apesar da declaração voltar-se apenas às práticas marítimas tradicionais, também são permitidas atividades características do setor de lazer e turismo, as quais focam não somente na utilização das zonas de praia, mas também dos recursos marinhos e costeiros para fins de banho, mergulho, pesca esportiva, esportes náuticos, pesquisa científica e produção artesanal de souvenirs (ICMBIO, 2020). A figura 49 ilustra o potencial turístico e ambiental da RESEXMAR-AC.

Figura 49 – escadaria de acesso às praias de Pontal do Atalaia e à Ilha do Farol, na RESEX Marinha de Arraial do Cabo, Rio de Janeiro.



Fonte: REDE TV +, 2019.

No que tange aos impactos verificados na região do Pontal do Atalaia, Alves *et al* (2017) ressaltam que a criação e o advento das UC na área da península são fundamentais para que haja a conservação do patrimônio local, através do controle de acesso e proibição de edificações. Assim, dentre os problemas constatados, estão a presença de resíduos sólidos nos locais frequentados por turistas, bem como a abertura de trilhas não previstas no Plano de Manejo da RESEX, possibilitando acessos a áreas de maior risco de acidentes.

Ainda assim, de acordo com o Plano Municipal de Recuperação da Mata Atlântica (PMMA), são necessárias medidas ainda mais restritivas para inibir o adensamento dos lotes já existentes na área do condomínio residencial existente no Pontal do Atalaia. Desta forma, a ideia do poder público estadual é manter e recuperar a área de amortecimento no entorno das praias do Pontal, garantindo assim a manutenção da qualidade ambiental e da paisagem turística do paraíso litorâneo (RIO DE JANEIRO, 2017).

O paraíso litorâneo do Pontal do Atalaia, a exemplo de outros com legislações tão rígidas e envoltos em temáticas que envolvem a defesa territorial, torna-se assim um dos principais de manutenção das características alocêntricas de outrora, mantendo importante patrimônio ambiental e a consequente paisagem turística que motiva fluxos de visitantes a buscar as praias do Pontal para as mais diversas modalidades e segmentações turísticas.

Exemplo semelhante acontece com as áreas turísticas associadas ao arquipélago de Fernando de Noronha, no litoral pernambucano. O qual também é considerado um dos principais destinos de sol e praia do país e, de acordo com Cordeiro e Körössy (2018), tem no patrimônio natural seu principal ativo turístico, conformando a imagem turística de paraíso litorâneo insular.

Isto sugere, segundo Dantas (2009, p. 155), que “as imagens de Fernando de Noronha oferecidas pela mídia se aproximam do relato idílico [de paraíso] consagrado no Ocidente em sua forma mais tradicional”. E isto, teoricamente, justifica o nível de proteção dos recursos existentes, possibilitado pela criação de duas UC (PARNA Marinho de Fernando de Noronha e a APA de Fernando de Noronha – Rocas – São Pedro e São Paulo), o que “implica em um maior controle do uso e ocupação do solo, com restrições tanto para construções como para compra e utilização de veículos pelos moradores locais”.

Bombinhas/SC, o último exemplo de paraíso litorâneo a ser aqui aprofundado, segue o ideário de diversificação turística possibilitada por suas condições naturais. Com ao menos três unidades de conservação existentes no território municipal, sendo estas uma área de relevante interesse ecológico (ARIE) e dois parques municipais, a destinação supõe manutenção de importante patrimônio ambiental.

Sobre a ARIE da Costeira de Zimbros (BOMBINHAS, 2021):

A Área de Relevante Interesse Ecológico da Costeira de Zimbros foi criada pelo Decreto Municipal nº 418/2001 e incorporada ao Plano Diretor Municipal (Lei Complementar nº106/2009) como uma Zona da Unidade de Conservação da Área de Relevante Interesse Ecológico (ZUC ARIEC), e foi recategorizada como Parque Natural Municipal pelo Decreto nº 2113/2015.

[...] O acesso à Costeira de Zimbros é feito a partir de uma trilha na Praia do Cantinho, no canto direito da Praia de Zimbros. Somente pedestres e bicicletas podem utilizá-la, pois na trilha não é permitida a circulação de quaisquer veículos motorizados.

Também não são permitidos acampamentos, fazer fogueiras, presença de animais domésticos, além da coleta de mudas ou qualquer outro elemento do Parque. É importante salientar que a orientação é fazer a trilha sempre acompanhado por um condutor certificado e que conheça o local.

Atrativos Naturais - vegetação de Mata Atlântica e fauna associada, cursos d'água, lagoa, costões rochosos, manguezal, marismas, praias e a paisagem natural.

A ARIE ainda não conta com um Plano de Manejo, o que ressalta a inexistência de ações efetivas para controle e fiscalização das práticas turísticas e de lazer na área. Ainda assim, é notável o potencial da UC para atração de fluxos de visitantes para realização de outras segmentações turísticas, caso do ecoturismo e do turismo de aventura.

A esta UC se somam os Parques Naturais Municipais de Morro do Macaco e de Galhetas, os quais, de acordo com a Prefeitura de Bombinhas (2021), têm o objetivo de preservar importantes ecossistemas e recursos naturais existentes na região, composta por ambientes de praia, costões rochosos, cursos d'água diversos e densa vegetação de Mata Atlântica.

Interessante analisar que, diferentemente dos demais paraísos litorâneos aqui aprofundados, em Bombinhas, a segmentação do turismo de sol e praia não é a única a ser fomentada explicitamente pelo poder público municipal, o que também acontece com o ecoturismo e com o turismo de aventura.

Além disto, em virtude das conduções existentes a costa de Bombinhas/SC também apresenta alguns dos mais importantes *spots* de mergulho do sul do país (HILLESHEIM, 2005). O mapa 7 ressalta a ARIE da Costeira de Zimbros e o Parque Municipal do Morro do Macaco.

Mapa 7 - cartograma de localização da ARIE da Costeira de Zimbros e do Parque Natural Municipal do Morro do Macaco.



Fonte: PROJETO PARQUES E FAUNA/UFSC, 2018.

Ao realizar levantamentos das intervenções humanas na paisagem de Bombinhas, Hillesheim (2005) constitui quadro detalhado de percepção sobre a produção do espaço turístico no município. Neste são indicadas as mudanças constatadas nas décadas desde a chegada dos primeiros fluxos turísticos.

No que tange às mudanças relativas à qualidade ambiental do município, é no período entre 1991 e 2000 que os entrevistados pela autora constataam maior número de ocorrências, casos de remoção de cobertura vegetal e despejo de esgoto e resíduos sólidos nas zonas de praia de Bombinhas (HILLESHEIM, 2005).

No entanto, nos quatro anos iniciais da década seguinte, tais impactos caem drasticamente, o que ressalta não apenas a importância das mudanças realizadas no período de planejamento turístico, como também maior controle estabelecido com a criação das UC e demais instrumentos de ordenação de uso e ocupação do solo, como o zoneamento e o Plano Diretor Municipal.

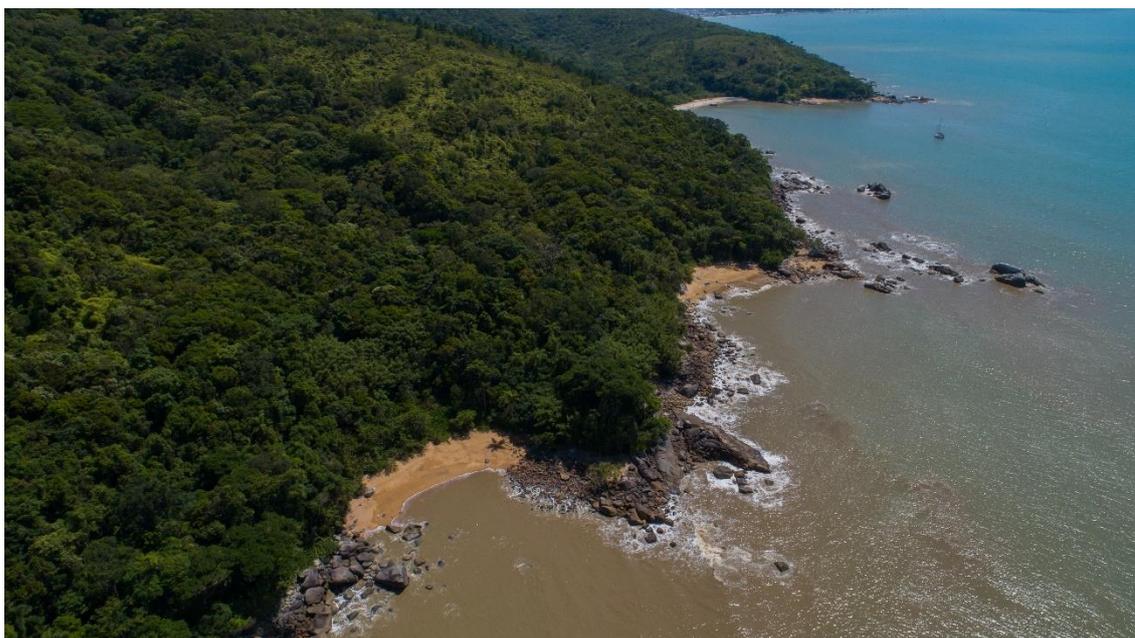
Assim, ao passo em que os adensamentos de edificações ocorrem em direção às áreas centrais do município, partindo das diversas zonas de praia, alcançam gradualmente encostas de relevos existentes, como Zimbros, Morro do Macaco e outros. Ainda assim como denota Hillesheim (2005, p. 94):

A Praia de Mariscal foi apontada pelos entrevistados, com 20% das indicações, como a localidade de Bombinhas com maior nível de qualidade da paisagem natural. Algumas características desta localidade influenciam na resposta tais como a qualidade da água a qual apresenta excelente visibilidade pela sua limpidez, bem com o fato de seguir uma certa ordenação no uso do solo, pois fora um loteamento planejado, o qual abrangeu toda orla da praia.

Porém, o fator que mais contribuiu para que a mesma fosse a mais mencionada pelos entrevistados é o fato da praia ainda não ser totalmente fechada pelas construções na primeira faixa de restinga, fato que acontece em todas as outras praias mais extensas do município.

Assim, o estabelecimento prévio de lotes e vias perpendiculares à faixa de praia conferem à praia de Bombinhas, bem como às demais localidades do município, considerável nível de planejamento e ordenamento territorial, possibilitando assim a existência de diversas frentes de conservação do patrimônio ambiental, mostrado na figura 50.

Figura 50 – ARIE da Costeira de Zimbros e praias acessíveis apenas por trilhas, em Bombinhas/SC.



Fonte: BOMBINHAS, 2021.

As ações e instrumentos de conservação ambiental e redução de impactos existentes em Bombinhas/SC, apesar de não serem efetivos em sua totalidade, possibilitam que a imagem turística do município seja mantida através da diversidade de atividades passíveis de serem realizadas pelos visitantes e residentes, caso das práticas marítimas modernas características do turismo de sol e praia, dos esportes náuticos (mergulho e navegação) e dos esportes de aventura (trilha e contemplação).

É bastante provável que no médio prazo, e com a consolidação das ações de implantação dos planos de manejo das UC, Bombinhas/SC permaneça representando a dualidade de município com baixíssimo quantitativo populacional e importante turisticamente na região da península de Porto Belo, em virtude da qualidade de seu patrimônio ambiental e da significativa diversidade existente para segmentações turísticas diversas, como acontece em destinações como Ilhabela/SP, Paraty/RJ e a vizinha Porto Belo/SC.

Após as análises e discussões aqui realizadas, pode-se concluir que os aspectos naturais, institucionalizados ou não, também possuem posição fundamental na constituição das imagens turísticas dos paraísos litorâneos brasileiros, como se pode verificar diante dos casos analisados e dos exemplos associados.

Isto não significa que cada uma das destinações litorâneas não possua processos que ocasionem impactos aos patrimônios naturais locais, a exemplo de Morro de São Paulo (Cairu/BA) e Maragogi (AL). Mas sim que, mesmo com os respectivos prejuízos ambientais, a natureza permanece como um dos aspectos primordiais na composição da imagem turística dos paraísos litorâneos.

Destarte, juntamente às condições logísticas que favorecem a ideia do bucólico e exclusivo – gradualmente reduzidas – e a morfologia urbana horizontal e descontínua capaz de evocar os aspectos alcêntricos de outrora, os aspectos ambientais são aqueles responsáveis pela atração turística (ou pelo menos boa parte desta) dos paraísos litorâneos.

Para além disso, ao tratar da imagética utilizada pela publicidade turística na divulgação dos lugares, dos equipamentos turísticos e das oportunidades de investimento, é certo que os aspectos naturais das destinações são fundamentais na constituição de espaço ideal, seja para viajar ou para empreender. Assim sendo, por mais que o ideal de paraíso bíblico não seja alcançável em vida, existem exemplos de jardins, florestas, mirantes, montanhas e planícies litorâneas prontas para receber aqueles que se consideram merecedores.

Cabe analisar ainda quais são as demandas turísticas dos paraísos litorâneos e as motivações atrativas existentes nestes, buscando compreender se há um escopo próprio de segmentações turísticas e práticas marítimas existentes nestas

destinações ou apenas são elementos genéricos a serem encontrados em qualquer espaço turístico litorâneo dinamizado.

Prática turística: dinâmica e importância no mercado

Não é incomum que autores lembrem um princípio básico referente aos lugares turísticos, que é a presença de turistas. Aliás, Knafou (1996) enfatiza a importância da presença e da atuação dos turistas na constituição não somente da territorialização turística dos lugares, mas também das imagens turísticas destes.

Ainda, Gallero (1996), ressalta que o objetivo do ser turista é viajar e, em geral, viajar para conhecer lugares dispares, diferentes aspectos culturais, paisagens que revelem outros modos de produção e outros modos de vida. Desta forma, o turismo (como prática social e como atividade econômica) se sustenta na diversidade de paisagens, de modos de vida e de experiências proporcionadas.

De outra forma, significa dizer que a experiência turística buscada pelos visitantes é uma conformação daquilo que não existe integralmente na realidade cotidiana destes. Esta deve ser, em essência, composta pelos aspectos particulares existentes nas destinações, o que as torna singulares diante da rede de lugares turísticos em escala global, atraindo fluxos de visitantes das mais diversas partes do mundo.

Sob diversas formas e por diversos meios, os viajantes foram e ainda são responsáveis diretos e indiretos pela dinamização turística de lugares, estabelecendo as práticas que se tornariam o cerne do sistema de objetos e sistema de ações nos paraísos litorâneos. Daí a importância de fazer algumas considerações sobre o processo de globalização e a prática turística.

Segundo Santos (2011), o processo de globalização se caracteriza com o auge da mundialização do modo de produção capitalista, proporcionado pela produção de novos sistemas técnicos presente globalmente e pela ampliação de uma economia política também em escala global. Desta forma, as condições técnicas avançam sobre as mais diversas partes do mundo, tornando-as cada vez mais suscetíveis às influências das grandes empresas.

Esta influência, de acordo com o autor, ocorre não somente pelo alcance global das tecnologias da informação, que favorece a ideia de conhecimento total das dinâmicas globais, mas também pelos avanços dos meios de transporte, das técnicas

de engenharia logística, dos avanços da informática e dos serviços financeiros, da incrementação dos sistemas de objetos e sistemas ações aplicadas ao território (SANTOS, 2011).

Assim a globalização, sob a égide do discurso que enaltece a aldeia global e o acesso a informações e lugares por qualquer indivíduo ou organização, torna-se caminho pelo qual o capitalismo busca homogeneizar modos de vida, padrões de consumo, mercantilização de valores de uso e divisões territoriais para fins de estabelecimento de novas frentes de expansão.

Como atividade, o turismo não poderia ficar de fora do processo de globalização, haja vista a importância deste na receita de grandes, médias e até pequenas empresas ligadas à cadeia produtiva. No entanto, como um processo que almeja o controle hegemônico a nível mundial e a crescente homogeneização da vida e do consumo pode coexistir com um setor que depende da diferenciação dos lugares para sua sustentabilidade?

Propaga-se assim, por meio do recente discurso concernente ao planejamento territorial sustentável, a ideia de que a atividade turística pode ser realizada de forma limpa e com menores impactos às realidades locais. Ao passo em que esse discurso é reproduzido, sobretudo através do planejamento setorial, o processo de globalização encontra novos nichos de reprodução.

Enquanto toma de perverso empréstimo áreas litorâneas com leis e incentivos bastante flexíveis, a exemplo dos balneários litorâneos metropolitanos e dos equipamentos turísticos e imobiliários cada vez mais comuns nestas paragens, como denota Silva (2016), o processo de globalização gradualmente integra também enclaves bem mais restritos, sobretudo no início do século XXI.

Por este motivo, áreas com unidades de conservação e rígidas leis de uso e ocupação do solo, como os paraísos turísticos litorâneos, não se constituem como entraves à expansão territorial do capitalismo, mas sim como territórios com ativos que agregam valor aos produtos e serviços disponibilizados no mercado turístico. Encontra-se assim uma brecha que permite perenizar a demanda de visitação dos espaços turísticos bem como o processo de acumulação (CAZES, 1996).

Ainda sob o escopo da acumulação flexível, turistas e consumidores são chamados a fazer parte, inconscientemente, da publicidade turística, relatando

experiências de viagem, de consumo e de serviços. Desta forma, a cadeia produtiva agrega discursos que abordam liberdades, sustentabilidade e personalização como acessórios qualitativos da atividade turística.

Diante disto, há notável criação de plataformas e ferramentas voltadas à divulgação e avaliação de experiências em viagens, meios de hospedagem, linhas aéreas. Restaurantes e barracas de praia, agências de viagens, passeios e atrativos turísticos, a exemplo dos conhecidos *TripAdvisor*, *Google Local Guides*, *Foursquare City Guide* e *Reclame Aqui*.

Com as mencionadas ferramentas, não apenas as experiências são compartilhadas com outros turistas em potencial, mas também as imagens turísticas dos lugares, possibilitando maior atração de fluxos de pessoas interessadas na singularidade de determinadas destinações. Exemplo disso, nas redes sociais, é a infinidade de fotos que são compartilhadas mostrando determinados atrativos, como o Buraco Azul de Jericoacoara, a Tirolesa de Morro de São Paulo ou mesmo a escadaria de acesso às praias do Pontal.

É importante compreender a dinâmica turística destas destinações paradisíacas e quais atrativos indispensáveis estas possuem, buscando assim investigar se existem aproximações entre a demanda turística dos paraísos litorâneos no que concerne às práticas e atrações. Ainda, é importante conhecer a proveniência dos visitantes e suas práticas mais características. A tabela 1 sintetiza os dados das cinco destinações com foco na estimativa do número de visitantes (nacionais e internacionais) em 2019, na categorização destes no Mapa do Turismo Brasileiro.

Tabela 1 – demanda turística estimada dos paraísos pesquisados (2019).

Município	Turistas nacionais	Turistas Internacionais	Categoria do destino	Arrecadação de impostos federais
Jijoca de Jericoacoara/CE	94.707	58.592	A	R\$ 13.913.007
Maragogi/AL	297.357	19.347	A	R\$ 24.773.850
Cairu/BA	125.021	93.253	A	R\$ 9.104.867
Arraial do Cabo/RJ	260.542	40.933	B	R\$ 4.168.108
Bombinha/SC	395.872	245.813	A	R\$ 11.468.537

Fonte: MTUR, 2021. Elaboração: CASTRO, 2021.

Sobre o Mapa do Turismo Brasileiro e os dados disponibilizados neste, cabem algumas considerações pertinentes. Mencionada ferramenta é elaborada

como parte do aperfeiçoamento de aplicação de recursos e ações pertinentes ao Programa de Regionalização do Turismo (PRT), o qual se volta para o aprimoramento da gestão de turismo no país, através de elaboração de políticas públicas considerando particularidades regionais, estaduais e municipais (MTUR, 2017).

Para a elaboração do mapa, o PRT considera, de acordo com o Ministério do Turismo (2017), o número de estabelecimentos de hospedagem em cada município, a quantidade de empregos formais gerados e os impostos federais arrecadados neste setor, além da estimativa de visitantes domésticos e estrangeiros, constituindo assim uma categorização em relação aos municípios turísticos brasileiros.

No entanto, ao congregarmos dados de plataformas oficiais como a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o Cadastro de Prestadores de Serviço no Turismo (CADASTUR), a Receita Federal e os estudos da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), o Ministério do Turismo disponibiliza dados que estão consideravelmente distantes da real dinâmica turística dos municípios, posto em diversas matérias e dados dos municípios, estes serem bem mais vultosos⁵⁷.

Ao utilizarmos apenas os dados disponíveis nas plataformas federalizadas, em detrimento de dados unificados a nível de UF, o Mapa do Turismo Brasileiro acaba não considerando discrepâncias de dados empregatícios, fluxos turísticos não contabilizados, impostos municipais e estaduais, empreendimentos não inseridos no CADASTUR. Assim, os dados conferem, apenas por amostragem, uma categorização fiel, mas não contribuem fielmente para a apreensão das destinações.

A tabela de demanda turística demonstra importantes questões relativas à dinâmica dos paraísos litorâneos. Todos, em geral, recebem considerável quantidade de visitantes nacionais e internacionais, o que denota a importância destes no mercado de destinações turísticas a nível nacional, constando entre os principais produtos turísticos, como será analisado no que concerne à categorização do mapa.

⁵⁷ É comum que prefeituras e organizações empresariais ressaltem estimativas e mesmo cálculos referentes ao número de turistas que visitarão ou visitaram determinado município em períodos anuais ou em feriados estendidos. Exemplos são notícias que inferem a presença de 400 mil turistas nos festejos de Ano Novo em Bombinhas e meio milhão de turistas no Carnaval de Arraial do Cabo (PREFEITURA DE BOMBINHAS, 2019; PORTO PRAIA, 2020).

Referido quantitativo de visitantes refere-se não somente à importância destas destinações no mercado turístico, mas também à gradual melhoria das condições de acesso a turistas domésticos e internacionais, notadamente por conta da alocação e melhoria de aeroportos em áreas contíguas e municípios próximos.

Assim, estas destinações turísticas mantêm o caráter aventureiro da chegada, enquanto contam com equipamentos fundamentais para circulação de passageiros, caso do Aeroporto de Jericoacoara (em Cruz/CE), da proximidade de Maragogi em relação aos aeroportos internacionais de Recife/PE e de Maceió/AL, da pista de pouso da Ilha de Tinharé (Cairu/BA), do aeroporto internacional de Cabo Frio/RJ e dos aeroportos internacionais de Navegantes/SC e Florianópolis/SC (INFRAERO, 2021; SOCICAM, 2017).

Entre as cinco destinações analisadas, Jericoacoara e Morro de São Paulo recebem os menores quantitativos de turistas nacionais, o que se deve às ainda existentes dificuldades de acesso, ocasionadas pelas condições naturais de acesso e pelas consideráveis distâncias em relação aos principais núcleos urbanos próximos (298 km e 248 km, respectivamente).

Maragogi, Pontal do Atalaia e Bombinhas, por conta das boas condições de acesso e pela proximidade em relação aos núcleos metropolitanos mais próximos – Maragogi dista 128 km de Maceió e 133 km de Recife, Pontal do Atalaia fica a 170 km do Rio de Janeiro, e Bombinhas dista 76 km de Florianópolis – recebem número bem mais considerável de visitantes domésticos.

Os paraísos turísticos litorâneos tornam-se assim cada vez mais acessíveis aos fluxos turísticos nacionais e internacionais, ainda que busquem manter a aura de destinações voltadas a um público selecionado, seja através de limitações de número de visitantes, cobrança de taxas de proteção ambiental (TPA), restrições à entrada de veículos particulares e aumento considerável dos custos de produtos e serviços.

A despeito destes fatores limitantes, atualmente os paraísos turísticos litorâneos brasileiros estão cada vez mais voltados para os eleitos que podem efetivamente arcar com o valor destes ativos agregado a produtos e serviços. São bastante comuns que os discursos de veículos de comunicação, empreendimentos e turistas foquem – quase sempre – na exclusividade, na importância e no *status* social conferido a quem visita Maragogi, Morro de São Paulo ou Jericoacoara.

Outro fator que eleva os valores de produtos e serviços nas respectivas destinações turísticas é a própria demanda turística internacional constatada nos dados expostos acima. Mencionado quantitativo se torna ainda mais importante quando se constata que, com exceção de Maragogi – onde apenas 6,10% do fluxo turístico total é composto por estrangeiros – todos os demais ultrapassam a média nacional de turistas internacionais, que representa 10% do total (DANTAS, 2013).

A presença de turistas internacionais em Jericoacoara representa 38,22% do total de visitantes em 2019, enquanto em Morro de São Paulo este número chega a notáveis 42,72%. Já nas destinações de Arraial do Cabo, e notadamente em Pontal do Atalaia, os estrangeiros representam 13,57% do número total de turistas, quantitativo que em Bombinhas significa 38,30% do total de visitantes.

Tais porcentagens indicam também a importância das imagens destas destinações no mercado turístico global, o que, como visto anteriormente, não é acompanhado pela realidade nacional. Outro elemento denotador da relevância turística destas é que quatro dos cinco paraísos litorâneos em foco posicionam-se como os segundos principais destinos de lazer para estrangeiros em suas respectivas UF (MTUR, 2018). A tabela 2 denota as particularidades destes fluxos.

Tabela 2 - demanda turística internacional por UF (2019).

UF	Principais destinos		Países emissores			Segmentações turísticas		
	1º	2º	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª
CE	Fortaleza (64%)	Jericoacoara (42,1%)	Argentina (24,7%)	Itália (12,1%)	França (11,1%)	Sol e Praia (59,5%)	Esportes (19,6%)	Cultural (11,9%)
AL	Maceió (73,4%)	Maragogi (33,7%)	Argentina (59,2%)	Chile (8,5%)	Uruguai (6,1%)	Sol e Praia (91,8%)	Ecoturismo (5,8%)	Cultural (1,9%)
BA	Salvador (67,4%)	Cairu (25,4%)	Argentina (51,6%)	Estados Unidos (5,5%)	Chile (4,7%)	Sol e Praia (79,7%)	Ecoturismo (11%)	Cultural (7,8%)
RJ	Rio de Janeiro (88,9%)	Armação dos Búzios (21,4%)	Argentina (31,9%)	Chile (13%)	Estados Unidos (8,4%)	Sol e Praia (61,1%)	Cultural (19,4%)	Ecoturismo (16,8%)
SC	Florianópolis (57,9%)	Bombinhas (16,3%)	Argentina (54%)	Paraguai (15,7%)	Uruguai (14,8%)	Sol e Praia (92,2%)	Ecoturismo (4,6%)	Cultural (2,3%)

Fonte: MTUR, 2021. Elaboração: CASTRO, 2021.

Os dados acima expostos demonstram os destinos de preferência dos turistas internacionais em cada Unidade da Federação, considerando os estados do Ceará, Alagoas, Bahia, Rio de Janeiro e Santa Catarina. Diante disto, verifica-se o afirmado anteriormente em relação à Jericoacoara, Maragogi, Morro de São Paulo e Bombinhas, considerados como fundamentais para a polarização de viajantes estrangeiros ao território nacional para fins de lazer.

No que tange a Arraial do Cabo, mesmo possuindo percentual de turistas internacionais que ultrapassa a média nacional, acaba sendo ofuscado pela proximidade em relação ao mundialmente conhecido município de Armação dos Búzios/RJ (MTUR, 2021). Outros motivos para que o município das Prainhas do Pontal não ocupe a segunda posição no estado do RJ são as diminutas quantidades de estabelecimentos de hospedagem e a relação desta questão com o menor número de turistas e menor arrecadação de impostos federais.

Para uma ideia da disparidade, enquanto Arraial do Cabo/RJ recepta cerca de 300 mil visitantes em 2019, Armação dos Búzios atrai a marca de 990 mil turistas, dos quais 32,2% são visitantes estrangeiros. Ainda, Arraial contabiliza 46 hospedagens que geram 368 empregos formais, enquanto Búzios possui 206 empreendimentos gerando 2,3 mil postos de trabalho. Mencionadas disparidades ficam ainda mais claras quando se verificam a arrecadação de impostos federais, o que em Arraial do Cabo representa R\$ 4.168.108,00 e em Armação dos Búzios chega a R\$ 32.816.709,00 (MTUR, 2021).

Diante do exposto, considera-se que Arraial do Cabo/RJ recebeu apenas 2,73% do total de turistas estrangeiros que chegaram ao estado do Rio de Janeiro no ano de 2019, considerando o número de 40.933 em comparação com os 320.320 de Armação dos Búzios/RJ (MTUR, 2021). Ainda assim, o município ocupa a sexta posição dentre aqueles que mais receberam visitantes internacionais⁵⁸.

Não se busca, diante do exposto, reduzir a importância das destinações turísticas de Arraial do Cabo/RJ, posto este reunir diversos elementos evocadores do paradisíaco turístico formatado histórica e culturalmente, mas denotar que este caso, diante da escala regional, possui particularidades de um processo em curso já

⁵⁸ Conforme destaca o Observatório Fluminense do Turismo – OFT (CEPERJ, 2020), Arraial do Cabo/RJ encontra-se atrás da capital e dos municípios de Armação dos Búzios, Angra dos Reis, Paraty e Cabo Frio.

verificado em outras realidades. Exemplo disto é a polarização entre os municípios da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF) e Jericoacoara, a importância turística de Porto Seguro/BA, e a prevalência de Balneário Camboriú/SC frente a Bombinhas.

Referida posição privilegiada dos paraísos litorâneos no mercado turístico ganha ainda mais importância quando se considera a categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro (MTUR, 2021). Neste âmbito, têm-se ao menos quatro paraísos turísticos inclusos na categoria A, composta por municípios de elevada importância turística e as capitais estaduais.

Logo em seguida vem a categoria B, composta por municípios que têm elevados potenciais turísticos, mas encontram-se aquém dos municípios da categoria A por possuírem índices menores em algum dos critérios analisados pelo MTUR (2021). No caso de Arraial do Cabo/RJ, a exemplo de outros paraísos litorâneos, esta categorização pode ser influenciada pela posição deste no cenário turístico estadual, pelo baixo percentual de turistas estrangeiros diante da realidade da UF ou mesmo pela baixa arrecadação de impostos federais.

Indícios destas suposições são que a mesma – ou até mais baixa – categorização é fornecida a destinos igualmente dotados dos elementos e dinâmicas característicos do paradisíaco turístico, como Fernando de Noronha/PE (B), Porto Belo/SC (C), Praia de Carneiros - Tamandaré/PE (B), São Miguel do Gostoso/RN (B), Trairi/CE (C), Maraú/BA (B) e São Miguel dos Milagres/AL (C).

Como visto, mencionadas categorias fazem referência a indicadores mercadológicos de demanda turística e retornos financeiros, os quais têm sido alvo de ações de planejamento público e privado em turismo. No entanto, as imagens e os conteúdos dos paraísos turísticos litorâneos são indubitavelmente carregados por outros tantos elementos que não são definidos por variantes mercadológicas – ainda que estas possam influenciar em paisagens e usos – como é o caso das cargas espirituais, míticas, experienciais e singularidades dos lugares turísticos definidos como paraísos litorâneos.

Em outras palavras, as aproximações de territórios turísticos como Flecheiras (Trairi/CE), Fernando de Noronha e Pontal do Atalaia em relação ao conceito de paraíso turístico estão para além de categorizações e de relevância dos fluxos de pessoas, número de hospedagens e recursos. Em suma porque estes

podem facilmente ser influenciados por questões territoriais, ambientais ou ainda por concorrência turística com destinações próximas. É necessário considerar também os aspectos aqui discutidos que conferem singularidades a estas destinações.

No que tange aos fluxos internacionais carreados aos paraísos litorâneos, fica clara a importância dos turistas argentinos na composição destes percentuais. E a emissão deste país também é considerada fundamental para os diversos destinos fluminenses, compondo 29% do fluxo estrangeiro que chega ao estado (CEPERJ, 2020).

Junto a estes, são relevantes também os fluxos provenientes de outros países sul americanos, casos dos turistas chilenos, uruguaios e paraguaios, seguidos por visitantes provenientes dos Estados Unidos e da Europa.

Mencionados fluxos se justificam ainda mais quando verificados os perfis de demanda turística por país emissor, onde há prevalência do turismo de sol e praia nas motivações de viagem de argentinos (82%), uruguaios (78,1%), paraguaios (72,4%) e chilenos (68, 4%). Mencionadas informações esclarecem a atratividade exercida pelos destinos litorâneos tropicais em relação aos turistas provenientes de países da porção mais ao sul e mais fria do continente.

Quanto às segmentações turísticas mais relevantes nas respectivas capitais e paraísos turísticos, fica clara a predominância do turismo de sol e praia, composto pelas práticas dos banhos de mar e sol, caminhadas na praia, contemplação da paisagem e consumo de comidas e bebidas.

Apenas no caso do estado do Ceará mencionadas práticas perdem certa importância frente ao crescimento, sobretudo nos últimos anos, do turismo de esportes, notadamente o caso do *kite surf*. Esta prática motiva, de acordo com a SETUR/CE (2019), pelo menos 70% do total dos fluxos encaixados nesta segmentação.

Representando menores porcentagens encontram-se os segmentos do ecoturismo e do turismo cultural. No caso do primeiro, como discutido anteriormente, encontra-se diversos momentos das viagens aos cinco paraísos litorâneos destacados – e aos destinos citados na página anterior – através de passeios, mergulho e trilhas possibilitados pela existência de importantes patrimônios naturais e unidades de conservação.

Em relação ao turismo cultural, que consiste na visita a museus, galerias, acervos históricos, patrimônios culturais e comunidades tradicionais, apesar de também estar presente nos paraísos litorâneos, as porcentagens destes se justificam sobretudo pela consideração dos fluxos em busca dos mencionados atrativos nas metrópoles de Fortaleza/CE (11,2%), Salvador/BA (15,3%) e Rio de Janeiro/RJ (23,2%).

Diante dos dados e dinâmica expostos, pode-se confirmar que os paraísos turísticos litorâneos, a exemplo do citado nos estudos de caso aqui citados, efetivamente polarizam fluxos proporções bastante singulares de turistas nacionais e internacionais, algo que apenas é alcançado excepcionalmente por metrópoles como Rio de Janeiro/RJ e Florianópolis/SC (MTUR, 2021).

Em outras palavras, isto significa dizer que os aspectos singulares destas destinações se constituem como atrativos relevantes no momento das escolhas de viagem não apenas de turistas domésticos, mas também na atração de visitantes estrangeiros. Ainda é importante ressaltar que estes, à exemplo do verificado no levantamento dos *posts* no *Instagram*, consideram que as imagens dos paraísos turísticos litorâneos estão fortemente associadas ao segmento turístico de sol e praia.

A categorização realizada pelo MTUR (2021) também dá indícios sobre a importância turística dos paraísos litorâneos brasileiros, a qual indica destinos que estão em maior evidência, destinos que mesmo ofuscados por outros já consolidados têm representatividade nas escalas regionais e aquele que em virtude de regulamentações ambientais têm importância – como produto – reduzida em relação aos demais.

Não obstante, os mencionados paraísos turísticos, em sua maioria, conseguem suplantar a média nacional em atração de visitantes e contribuindo fortemente para a atração de divisas tão pretendida desde meados dos anos 1990. E mesmo quando não fazem este papel de atração de turistas estrangeiros, concorrem diretamente com as destinações metropolitanas na atração de fluxos de caráter geral, inclusive se tornando os segundos principais destinos de lazer dos respectivos estados.

E isto acontece reiteradas vezes, como é o caso dos paraísos turísticos litorâneos em Barreirinhas/MA, em Tibau do Sul/RN e em Armação dos Búzios/RJ.

Haveria ainda a possibilidade de incluir destinos turísticos litorâneos importantes como Ubatuba/SP, Torres/RS, Vila Velha/ES e Parnaíba/PI, caso possuíssem consonância quanto à morfologia urbana, condições logísticas, patrimonialização ambiental, aspectos alocêntricos e os fatores objetos de análise no próximo subtópico, imagem, funções de lazer e marcas registradas.

Além de analisar os dados referentes à fluidez, urbanização, patrimonialização ambiental e dinâmica turística dos paraísos litorâneos, é fundamental entender como se associam imagética e materialidade nestas destinações. Isto porque, ao analisar destinações que são eminentemente turísticas e que possuem dinâmicas pautadas nas características das paisagens, deve-se compreender que as imagens têm forte influência nos processos de produção do espaço turístico.

Mais ainda, pode-se afirmar que a imagem turística territorializa parcelas do espaço, o que é notadamente os casos dos paraísos litorâneos aqui verificados. Desta maneira, os elementos da paisagem condicionam não somente diversas das características aqui descritas, mas também as ações de planejamento que incidem sobre as zonas de praia, áreas e atrativos contíguos a estas destinações.

Mencionadas funções das imagens turísticas e relação destas com a planificação do território turístico são objetos do capítulo a seguir, onde são analisados os aspectos que tornam estes destinos como singulares no litoral brasileiro, a presença virtual das imagens representativas destes, as marcas que se constituem como fundantes dos destinos de Jericoacoara, Maragogi, Morro de São Paulo, Pontal do Atalaia e Bombinhas, e a função do planejamento turístico na dinâmica das imagens e da atividade turística destas destinações.

6 VIRTUALIDADE E MATERIALIDADE DOS PARAÍÇOS TURÍSTICOS

"No paraíso há coisas que nenhum olho já viu, nenhum ouvido já ouviu e nenhuma mente já pensou"

Profeta Muhammad

Compreender a imagética de determinada espacialidade significa mais que apenas analisar a respectiva paisagem e os movimentos que esta desvela. A análise das imagens turísticas denota não somente o uso da paisagem geográfica das destinações como instrumento de promoção turística, mas também o funcionamento dos sistemas de ações e dos sistema de objetos que se constituem em função da manutenção das imagens turísticas dos paraísos litorâneos.

Como citado ao final do capítulo anterior, é importante compreender que a imagem turística representa mais que apenas um símbolo do produto turístico de uma destinação, mas também é capaz de exercer relações de poder sob esta. Utilizando determinados aspectos da paisagem – e mediada em função do que é mais atrativo para os fluxos turísticos – a imagem das destinações é capaz de suscitar alterações nas formas urbanas, ações de planejamento turístico, criação de atrativos e inclusive a integração de pessoas na atividade turística.

É ainda importante considerar que mediante associação entre imagética e discurso, é possível readequar a função urbana de determinado polo receptor turístico, tornando-o uma localidade costeira onde o número de turistas e vilegiaturistas supera e muito a quantidade de visitantes, ou conferindo a esta parcela do espaço valores que a qualificam como industrializável.

No que tange aos paraísos litorâneos, as imagens são pautadas pelo conjunto de características verificadas nos elementos analisados anteriormente, casos das condições logísticas, morfologia urbana, recursos naturais e dinâmica de mercado turístico. Desta feita, é importante verificar que ao passo em que a combinação de mencionados elementos pode produzir imagens turísticas que são notadamente singulares, haja vista as considerações realizadas sobre cada um destes e os respectivos contextos regionais, também estas imagens suscitam dinâmicas de planejamento e produção do espaço particulares a cada uma destas destinações.

É possível afirmar então que as características destas destinações conformam imagens atrativas que retroalimentam o processo de planejamento e a produção dos espaços turísticos em voga. Diante disto, pode-se afirmar que as formas urbanas referentes aos paraísos litorâneos são particularmente únicas, pois preservam características que as diferenciam das destinações metropolitanas planejadas (Porto das Dunas, Aquiraz/CE), das metrópoles costeiras verticalizadas (Recife/PE), dos centros urbanos comerciais litorâneos (Torres/RS) e dos núcleos industriais e portuários (Itajaí/SC).

Mas não é somente na escala da rede urbana e das funções locacionais que a imagem turística atua, mas sobretudo nas práticas turísticas, nas ações dos agentes que usufruem do espaço turístico e daqueles que planejam a escala intraurbana.

Busca-se assim discutir quais elementos transformam estes paraísos turísticos em espaços excepcionais e quais influências destas imagens práticas turísticas, no planejamento da atividade, nos discursos e nas dinâmicas socioespaciais destas destinações.

Ainda, é importante entender como esse imaginário é retroalimentado pela prática turística no interior das destinações, compreendendo os usos turísticos dos elementos da paisagem, as formas de captação desta pelos turistas e pelo planejamento territorial e as impressões destas nas dinâmicas e imagens.

6.1 Imagem turística: excepcionalidade e marcas do paraíso

Ao longo da exposição realizada sobre a construção e os aspectos que juntos podem conformar ideais de paraíso turístico, houveram muitas menções à imagem turística destes, o que suscita a compreensão sobre existência de uma intencionalidade na construção destas destinações.

Conforme Rojek (1991), a imagem trata-se, diferentemente da paisagem, de uma representação visual intencionalmente voltada a determinados aspectos do real. Isto significa dizer que enquanto a paisagem considera a dinâmica e possibilita a compreensão de processos em curso, aspectos sociais, culturais e políticos de determinada sociedade e do espaço geográfico, as imagens são elaboradas considerando apenas o que efetivamente mostram, sem o conteúdo da espacialidade.

Quanto à imagem turística, Ahmed (1988, p. 38) define-a como:

A imagem turística de um local pode ser definida pela forma como as atrações deste são organizadas e avaliadas nas mentes dos turistas. Esta imagem é compreendida parcialmente pela percepção das qualidades físicas do local e parcialmente por uma série de fatores psicológicos. Na mente do turista um local é avaliado em relação aos seus concorrentes baseados na imagem percebida. E é extremamente difícil alterar esta avaliação uma vez que esta esteja firmemente implantada. Na verdade, percepções sobre o ambiente turístico de um local são reações essencialmente pessoais.

Diante disto, a imagem turística trata-se de um simulacro que, apesar de basear-se na realidade, denota apenas aquelas características que são atrativas e, quando possível, singulares. Ainda, de acordo com Ferrara (2012), é necessário considerar que a imagem turística agrega diferentes funções quando associada às pessoas e às destinações.

Enquanto alvo dos olhares de turistas e residentes, mediante fotografias em redes sociais, álbuns, quadros e outros formatos possíveis, a imagem turística torna-se objeto de valor sentimental e, portanto, subjetivo. É essa função que exerce a imagem de Carneiros, em Tamandaré/PE, quando visualizada pelos residentes naturais, resgatando memórias e momentos.

Já quando apropriada pelo mercado turístico e pelos meios de comunicação, notadamente braços amplos da publicidade, as imagens turísticas adquirem funções econômicas que podem ser acessórios a várias práticas turísticas e urbanas, como o acréscimo ao valor do solo e ativo de valor agregado a serviços turísticos. No entanto, segundo Ferrara (2012), esta função não pode, em hipótese alguma, realizar-se desvincilhada da função sentimental.

Assim, a imagem turística suscita sentimentos e, portanto, também é passível de suscitá-los em turistas. E, à medida que o faz, possibilita que visitantes construam suas próprias representações em relação às destinações visitadas e respectivas imagens turísticas. Outra afirmação importante sobre a imagem é a de Morgan e Pritchard (1998, p.6):

Uma imagem turística revela tanto sobre as relações de poder que sustentam sua construção, quanto sobre as especificidades do produto turístico ou país que esta promove. As imagens projetadas em folhetos, outdoors e televisão revelam as relações entre países, entre gêneros e entre raças e culturas.

Desta forma, as imagens turísticas são compostas através de relações de poder entre os agentes promotores da atividade e parcelas do espaço, denotando

situações de subserviência de destinações a empresas, de poderes públicos a cadeias produtivas locais e de atrativos a mercados turísticos. Assim, a construção dos simulacros do local turístico é pautada pelos agentes que possuem mais força, constituindo o espetáculo de acordo com suas demandas (DEBORD, 1997).

A imagem turística pode assim ser composta por elementos que sejam atrativos a perfis bastante específicos de visitantes, a mercados consumidores especializados em determinada segmentação turística. E de fato, aqueles turistas mais desavisados ou desatentos podem, ao final de seus itinerários, apenas confirmar o que lhes foi oferecido por intermédio dos discursos e das imagéticas turísticas das destinações.

É assim que a produção das imagens turísticas dos paraísos litorâneos não busca evidenciar as construções históricas e muito menos os aspectos culturais e modos de vida dos residentes naturais destas destinações, mas apenas as características atrativas destes, fazendo clara alusão àquilo que é exótico e que deve ser visto.

E o uso desta exotividade, como analisado por Tucker e Akama (2009), sobretudo nos discursos e imagens turísticas que enaltecem a ideia romântica da tropicalidade do outro a ser conquistada, torna-se estratégia pós-colonial de dominação e atração de tipos muito específicos de turistas que saibam seus lugares e suas funções.

O destino turístico se torna um produto que deve, acima de tudo, atender os anseios ou, como ressalta a publicidade, solucionar os problemas dos clientes. Neste caso, o problema trata-se de deixar o local de moradia em busca de um entorno temporário que induza sentimentos positivos pelas atividades de ócio e lazer. Portanto, os paraísos litorâneos se constituem, desde suas concepções, como eminentemente turísticos.

E mencionada afirmação se faz não apenas pelo fato de os escritores românticos e turistas alocêntricos – leia-se mochileiros – terem atribuído esta função aos balneários litorâneos mais isolados, mas também porque na atualidade a imagem turística e os fluxos de visitantes denotam que esta atividade se constitui como base econômica das destinações. A tabela 3 expõe dados socioeconômicos dos paraísos litorâneos.

Tabela 3 – dados socioeconômicos dos paraísos turísticos litorâneos.

Município/UF	População	Turistas	PIB		
			Agropecuária	Indústria	Serviços
J. de Jericoacoara/CE	20.087	153.299	R\$ 6.430.130	R\$ 17.710.410	R\$ 218.352.560
Maragogi/AL	33.032	316.704	R\$ 178.044.190	R\$ 21.397.480	R\$ 254.651.220
Cairu/BA	18.427	218.274	R\$ 16.430.050	R\$ 658.769.140	R\$ 359.925.950
Arraial do Cabo/RJ	30.593	301.475	R\$ 16.908.860	R\$ 489.200.730	R\$ 460.717.100
Bombinhas/SC	20.335	641.685	R\$ 20.321.540	R\$ 79.258.570	R\$ 371.783.560

Fonte: IBGE, 2021. Elaboração: CASTRO, 2021.

Os dados acima revelam a função turística dos paraísos litorâneos, em especial quando analisados os números referentes à relação entre quantidade de residentes e quantitativo anual de turistas, bem como as taxas do Produto Interno Bruto (PIB) por setor.

A função turística se revela não apenas na constatação da chegada de viajantes a uma determinada destinação, mas também na relação entre o número de residentes e quantidade de visitantes anuais. Mencionada proporção é tão importante que no caso de Bombinhas/SC, a população corresponde a apenas 3,16% do total de turistas anuais.

Mais ainda, quando analisada a média mensal de turistas do paraíso catarinense, esta corresponde a cerca de 260% da população residente no referido município. Nos casos de Jijoca de Jericoacoara (13,1%), Maragogi (10,4%), Cairu (8,4%) e Arraial do Cabo (10,1%) as populações locais têm maior representatividade frente à quantidade de turistas que anualmente alcançam os respectivos paraísos litorâneos.

Não é difícil compreender a importância desta quantidade de visitantes na consolidação da imagem turística das destinações, possibilitando assim a elaboração de estratégias imagéticas voltadas a destacar fatores apreciados pelos turistas em potencial, contribuindo para o sucesso das destinações litorâneas (AHMED, 1988). Retorna-se aqui à ideia de olhar coletivo das destinações, abordado por Urry (1996), mediante a qual a destinação por parecer exitosa, atrai gradualmente mais turistas.

Ao analisar o PIB, tem-se a possibilidade de compreender a importância do setor de serviços – e notadamente da atividade turística – para as economias municipais sobretudo nos últimos anos. Isto é, verificando a tabela acima, ao menos os municípios de Jijoca de Jericoacoara/CE e Bombinhas/SC ressaltam o potencial do setor de serviços, o qual representa 90% do PIB total no município cearense e 78,9% no paraíso catarinense.

Quanto à Maragogi, Cairu e Arraial do Cabo, o volume do PIB do setor de serviços concorre com porcentagens bem mais relevantes dos demais setores das economias locais. No caso de Maragogi/AL, Kaspary (2012) lembra que apesar dos serviços representarem a maior parte do PIB (56%), o turismo é apenas o mais novo produto da economia local do paraíso alagoano, composta também pela agropecuária (39,2%) baseada na produção de cana de açúcar, coco, milho, feijão e na pesca artesanal.

Cairu/BA, conforme Virgens (2010), até 2010 tinha base econômica pautada na indústria, que representava cerca de um bilhão de reais e 75% do PIB total, enquanto os serviços chegavam apenas a 22,9%. Este cenário refere-se ao início das operações da plataforma de Manati, da PETROBRAS, a qual não gera postos de trabalho diretos à população residente. Citado fato reveste a atividade turística de ainda maior importância, a qual passa a representar 34,8% na década de 2020.

Já em Arraial do Cabo/RJ, no ano de 2010, o setor de serviços representa 67,4% do PIB total, enquanto a atividade industrial compunha 30,5% deste total, reflexo da falência da Álcalis em 2006 (COSTA, 2018). Já em 2020, ambas as atividades têm considerável representatividade no PIB do município, quando os serviços compõem 47,6% e a indústria compõem 50,6% do total. Citado resultado de crescimento industrial refere-se aos dividendos da atividade portuária em virtude de

Arraial do Cabo encontrar-se próximo ao limite das Bacias petrolíferas de Campos e de Santos.

Quanto ao aumento no PIB ligado ao setor de serviços e à atividade turística, os municípios litorâneos nordestinos de Jijoca de Jericoacoara e Maragogi apresentam as maiores taxas de crescimento dentre os cinco aqui ressaltados, crescendo entre 2010 a 2020 um total de 466,5% e 342,3%, respectivamente. Mencionada consideração remonta ao crescimento da importância da atividade turística nos respectivos municípios, bem como à importância desta para as economias locais.

Os dados expostos são motes iniciais para suscitar a discussão sobre a formação da imagem turística. Esta, como visto, pode saltar aos olhos através de dinâmicas bastante visíveis e até quantificáveis nas destinações, mas existem alguns aspectos que escapam aos números e aos holofotes virtuais dos visitantes e que, no entanto, fazem toda diferença na composição da singularidade dos paraísos litorâneos.

Os valores socialmente aceitos podem, através do uso de imagética e de discurso, ser difundidos a toda uma sociedade ou uma classe social por intermédio das imagens turísticas propagadas em diversos meios. Neste caso, através dos álbuns de viagens, dos magazines de turismo, *folders* publicitários, e mais recente e efetivamente, redes sociais e *vloggers*, o paraíso turístico é cada vez mais tratado como seu paralelo mítico.

Jijoca, ao emancipar-se do município de Acaraú/CE, em 1991, não se tornou Jijoca do Ceará ou qualquer outra denominação, mas sim Jijoca pertencente ao paraíso litorâneo de Jericoacoara. A importância da referida vila é tanta que diversos dos atrativos para visitação na região são tratados como entorno de Jeri, ainda que pertençam administrativamente à sede municipal e a outras municipalidades.

São estes os casos da mundialmente famosa Lagoa do Paraíso de Jijoca, do Buraco Azul de Caiçara, do Aeroporto de Jericoacoara e da praia do Prêa, todos em Cruz/CE, e do Mangue Seco de Gúriu, distrito do município de Camocim/CE. Estes, constantemente presentes nos roteiros que partem de Jericoacoara, são

atrativos que conferem a importante característica de manter os turistas em movimento contínuo.

E não apenas isto. Enquanto associam o turismo de sol e praia ao ecoturismo e turismo de aventura, os atrativos de Jericoacoara costumeiramente utilizam a imagética da exclusividade, do isolamento das massas e do *status* social para atração de visitantes. Ainda que atrás das lentes e fotógrafos exista uma multidão de pessoas buscando os mesmos espaços para usufruto temporários e registros imagéticos.

Pode-se afirmar categoricamente que, ao passo que os paraísos turísticos possuem excepcionalidades que os diferenciam, como verificado durante esta pesquisa, a ideia de exclusividade é ótima para as vendas destes, mas não existe de fato. E isto nada mais é que o reflexo do já citado processo de dinamização turística e popularização das imagens destes paraísos, ocorrido nos últimos 60 anos.

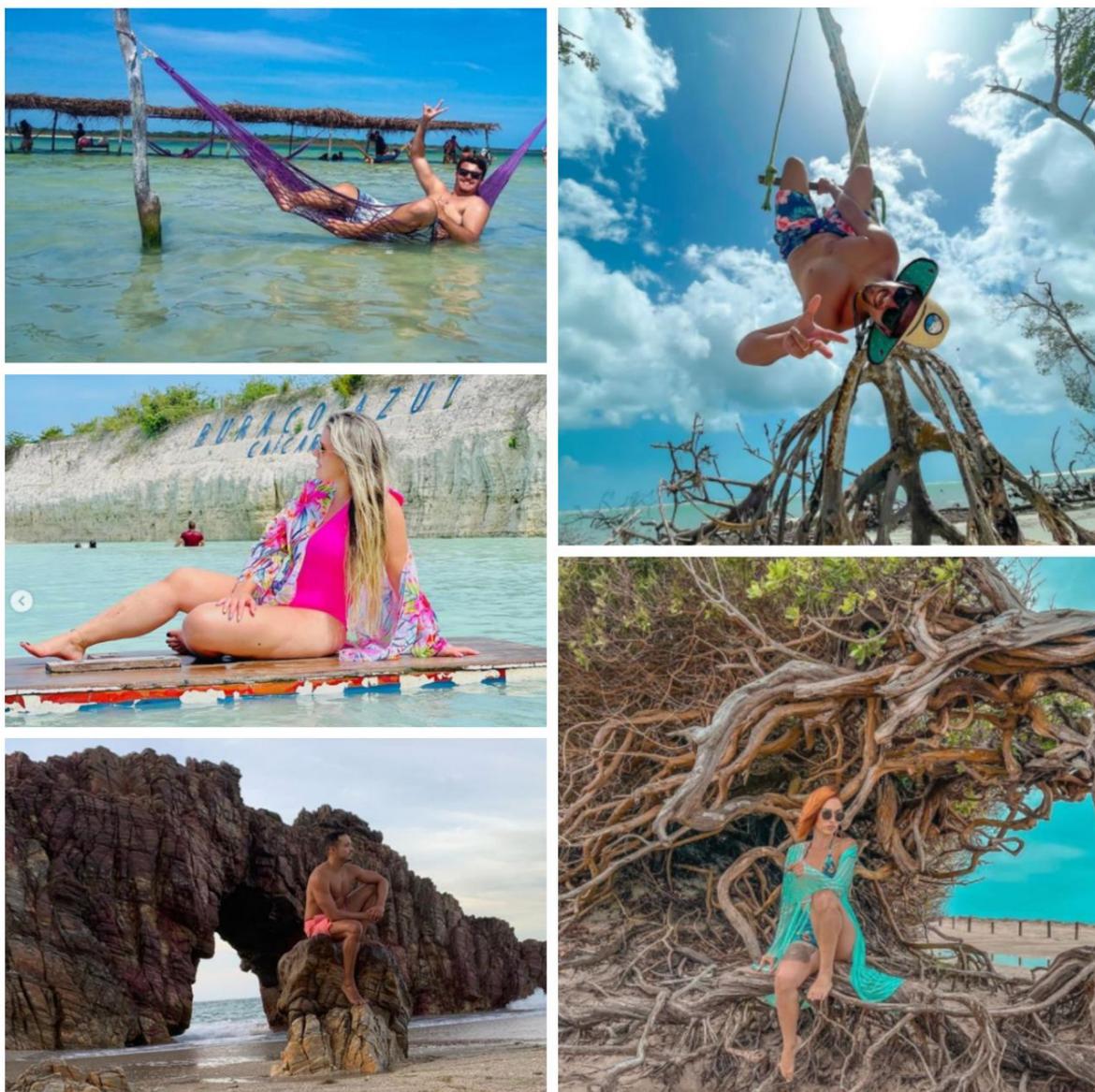
Diante destas paisagens e atrativos gradualmente inseridos como parte das imagens turísticas dos paraísos litorâneos, não são poucos os indivíduos que viajam milhares de quilômetros em busca de deleitar-se e, mais recentemente, registrar cada detalhe deste deleite. Estes viajantes, desejosos por paisagens e ângulos, decidem – e já o fizeram há algum tempo – o que é instagramável ou não.

Conforme Salazar (2017, p. 102):

esse conteúdo original que visa promover a construção de uma identidade individual se ampara em culturas visuais precedentes e contemporâneas, resultando na construção de padrões, ângulos, uso de cores, de filtros e de enquadramentos que se repetem centenas de milhares de vezes. A esse conjunto de fatores, regras e padrões que influenciam a escolha das cenas e objetos retratados, podemos dar o nome de instagramável, em uma tradução literal de “instagrammable”, termo usado por usuários da rede para designar aquilo que é “digno” de se tornar uma publicação.

Assim, as paisagens e práticas turísticas oportunizadas por estas são importantes desde que gerem algum tipo de lembrança mental e visual e, portanto, compartilhável mediante fotos e vídeos. A título de observação, em geral são milhares (para ficar nesta conta) de usuários que retratam as mesmas paisagens e que utilizam os mesmos ângulos, poses e buscam ressaltar as mesmas ideias quanto a visitar o paraíso. A figura 51 ressalta algumas das paisagens de Jericoacoara.

Figura 51 – principais atrativos de Jericoacoara (esquerda) a Lagoa do Paraíso, o Buraco Azul de Caiçara, a Pedra Furada, (direita) o balanço do Mangue Seco de Guriú e a Árvore da Preguiça.



Fonte: *INSTAGRAM*, 2021. Elaboração: CASTRO, 2021.

À exceção das imagens elaboradas para publicidade de empreendimentos e de paisagens da região, a imagem turística de Jericoacoara é composta por sucessivas reproduções diárias destas fotos. Em geral, são filas e mais filas de pessoas aguardando por suas chances de eternizar o momento da viagem, denotando que apesar de existir, o paraíso litorâneo cearense não tem a exclusividade esperada.

Não há, de fato, qualquer imagem fotográfica produzida que ressalte, por exemplo, a porção sul da vila de Jericoacoara, onde encontra-se a comunidade de Nova Jeri. Ou mesmo os impactos ocasionados pela circulação de turistas na Duna do Pôr-do-Sol. A imagem turística de Jericoacoara constitui-se assim pela reprodução

massiva de suas paisagens diante das práticas turísticas, denotando função muito clara dos recursos nos objetivos de planejamento de mercado e do território.

O Caribe brasileiro de Maragogi tem o mar como principal atrativo dos fluxos turísticos que chegam ao litoral alagoano, em busca do turismo de sol e praia, do ecoturismo, do turismo de navegação e de esportes náuticos. É nas galés, taocas e piscinas naturais que a imagem turística de Maragogi se constitui, através de um sem número de registros mostrando as praias de Barra Grande, do Antunes, de Burgalhau e Peroba. A figura 52 denota as imagens de Maragogi.

Figura 52 – principais atrativos de Maragogi (esquerda) piscinas naturais, galés de Maragogi, praia do Antunes, (direita) praia de Barra Grande e o Caminho de Moisés.



Fonte: *INSTAGRAM*, 2021. Elaboração: CASTRO, 2021.

Neste paraíso litorâneo, os atrativos também fazem alusão ao ideal de exclusividade, à imersão no elemento marinho – ainda que controlada – e, em alguns casos, ao fato bíblico de caminhar entre as águas, como acontece no banco de areia Caminho de Moisés. E é para a água que a maior parte das lentes de Maragogi é direcionada, deixando de lado os problemas verificados no município.

Desta maneira, questões como o despejo de efluentes nos corpos d'água próximos e as ocupações precárias mais distantes da faixa de praia não possuem qualquer apelo turístico para o paraíso litorâneo de Maragogi. Este foca em seus principais atrativos para que não perca demanda perante destinações próximas e igualmente atrativas, como São Miguel dos Milagres/AL, Carneiros (Tamandaré/PE) e Porto de Galinhas (Ipojuca/PE).

O paraíso insular de Morro de São Paulo, igualmente aos já citados Jericoacoara e Maragogi, tem nos atrativos naturais suas principais imagens turísticas, como foco espacial nas praias, no mar e na vegetação local caracterizada pela Mata Atlântica. Diante disto, a ilha de importantes elementos atrativos para as mais diversas segmentações turísticas.

De acordo com Virgens (2010, p. 39), quando em Cairu/BA:

95,4% (dos turistas) têm interesse nos atrativos naturais (os outros interesses mais citados foram diversão noturna e ecoturismo). Isso é um reflexo da imagem passada pela propaganda realizada desde a década de 80, que coloca as suas praias praticamente como único atrativo turístico local.

Desta forma, turismo de sol e praia e ecoturismo constituem as principais práticas turísticas verificadas em Morro de São Paulo, realizadas nas quatro praias do paraíso litorâneo, nas praias da vizinha Boipeba e nas áreas de piscinas naturais existentes na região (VIRGENS, 2010). Existe também, em virtude do processo de colonização prévio, considerável patrimônio histórico e cultural, representado por estruturas preexistentes como igrejas, fortaleza e edificações administrativas.

Como ressaltado anteriormente, é nas áreas próximas aos principais atrativos naturais onde verificam-se os impactos de maior proporção, casos da degradação de áreas coralíferas, remoção de sedimentos, desmatamento ilegal, ocupação de encostas, despejo de efluentes nos corpos d'água e outros casos. Mencionados impactos, apesar de importantes na modificação da paisagem local, não fazem parte da imagem turística propagada.

Outro ponto importante é que, no caso das imagens relacionadas à Morro de São Paulo, o ideal de exclusividade permanece, ao passo que as paisagens ressaltadas têm foco na junção entre praia e mar, e não especificamente na praia, como acontece com Jericoacoara, ou no mar, como acontece em Maragogi. A figura 53 ressalta os atrativos de Morro de São Paulo.

Figura 53 – principais atrativos de Morro de São Paulo (esquerda) praia do Encanto, Quarta Praia e Segunda Praia, (direita) Tirolesa do Morro e Quarta Praia.



Fonte: *INSTAGRAM*. Elaboração: CASTRO, 2021.

É nas praias do oeste de Morro de São Paulo que a maior parte das práticas turísticas acontecem, tendo como objetivos as atividades de contemplação, banhos de sol e mar, mergulhos, tirolesa e passeios na orla. Assim, a imagem turística do

paraíso litorâneo baiano dá indícios sobre as limitações encontradas diante da localização do mesmo, impossibilitando passeios de maior envergadura.

No entanto, ao figurar na ilha ao lado de Boipeba, Morro de São Paulo constitui importante polo turístico que atrai visitantes e proporciona atrativos e experiências turísticas relativamente diferenciados de outros tantos paraísos litorâneos nacionais por seu acesso, condição geográfica, histórico de uso e ocupação.

Pontal do Atalaia, em Arraial do Cabo, é efetivamente um dos paraísos litorâneos turísticos com aspectos naturais mais preservados do país. E isso acontece em virtude das diversas legislações e instrumentos de conservação ambiental implementados na região dos municípios da Região dos Lagos.

Mencionados condicionantes são fundamentais para a manutenção das paisagens da região e, conseqüentemente, para a elaboração da imagem turística de Arraial do Cabo e do próprio Pontal do Atalaia. Figuram entre estes elementos imagéticos as zonas de praia, o relevo e a vegetação de Mata Atlântica verificada no entorno, ressaltando oportunidades para a realização das práticas do turismo de sol e praia, do ecoturismo e do turismo de aventura.

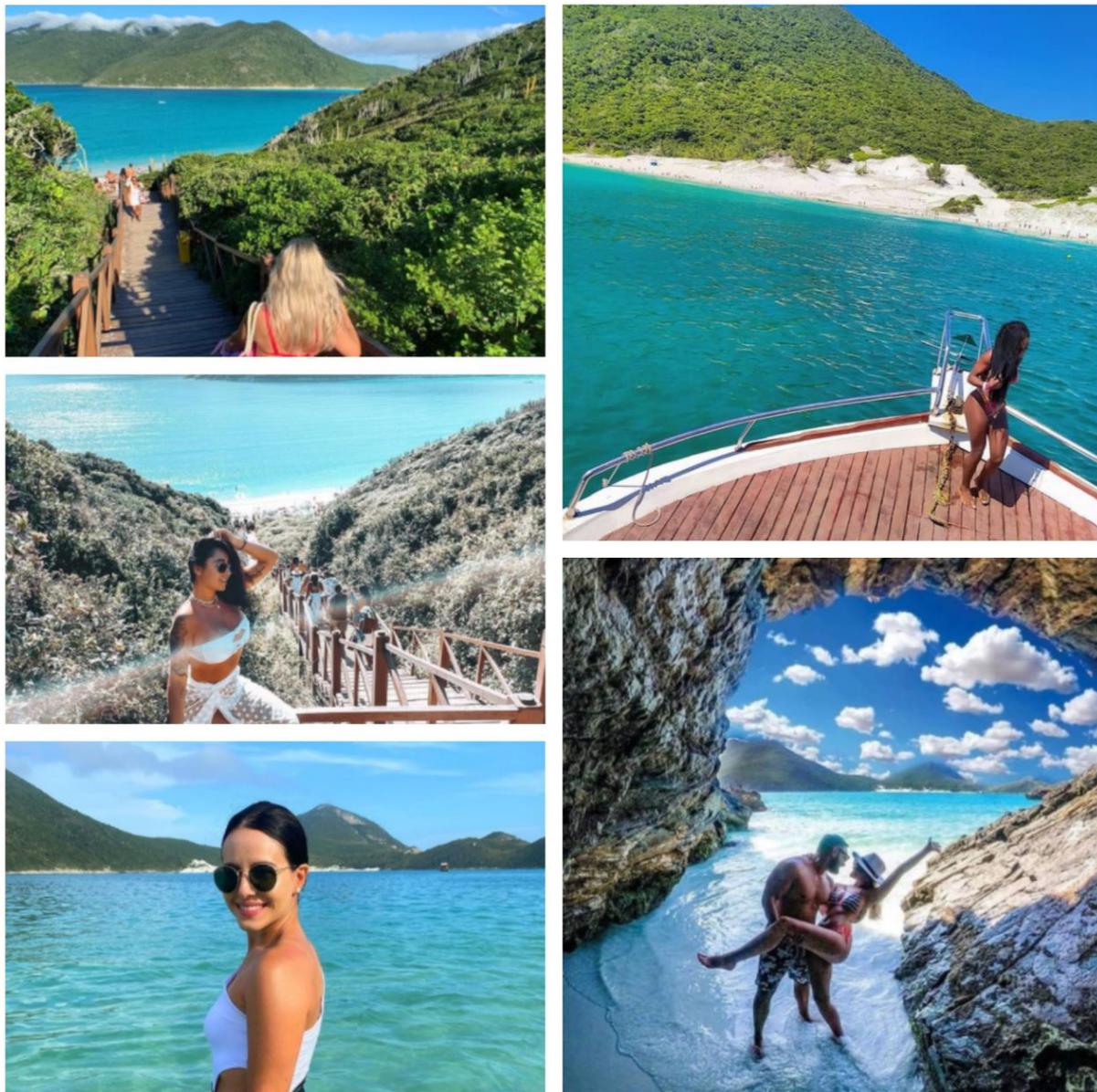
Contribuem ainda para a conformação da imagem turística de Pontal do Atalaia dois fatores que diferenciam este paraíso litorâneo de boa parte das destinações turísticas em escala global. O primeiro destes é referente às duas funções que a península possui desde 1970, casos da residencial (permanente e ocasional) e da turística.

Já o segundo fator refere-se à região turística na qual o paraíso litorâneo encontra-se, posto estar rodeado por destinações e paraísos turísticos como as praias de Armação dos Búzios, de Cabo Frio e as demais praias de Arraial do Cabo, em especial a Praia Grande, a Praia dos Anjos, a Prainha, a Ilha do Farol e a Praia do Forno, conformando importante perímetro no qual os olhares sempre atingem áreas de relevante potencial paisagístico, natural e turístico.

Mencionados fatores constituem espacialidade onde a prática turística suscita a realização, na grande maioria das vezes, de atividades de contemplação, banhos de sol e de mar, mergulho, trilhas e navegação. É importante também ressaltar que é nas Prainhas e no mar do Pontal do Atalaia onde a maior parte destas práticas

de lazer se realiza, enquanto as possibilidades de contemplação e realização de esportes de aventura se constituem nos pontos mais elevados e repletos de natureza do relevo do Pontal do Atalaia. A figura 54 ressalta a imagem turística do paraíso litorâneo carioca.

Figura 54 – principais atrativos de Pontal do Atalaia (esquerda) escadaria de acesso às Prainhas do Pontal, *idem*, mar defronte para a Ilha do Farol, (direita) passeio de barco na costa da Ilha do Farol, Gruta do Amor.



Fonte: *INSTAGRAM*. Elaboração: CASTRO, 2021.

Em virtude da junção dos diversos atrativos e elementos, não é de se estranhar que sejam constantes, por parte dos visitantes, as referências feitas a esta destinação turística como uma das principais representações do paraíso mítico em toda costa brasileira. Ainda, os equipamentos existentes – como a escadaria que

desce às areias das Prainhas do Pontal – bem como as formações geológicas existentes não deixam dúvidas sobre a importância de Pontal do Atalaia no cenário turístico nacional.

E esta importância na rede de espaços turísticos é tanta, que Costa (2018, p. 91) afirma que:

Dentre as cinco primeiras praias escolhidas como “as melhores praias do Brasil”, Arraial do Cabo ocupa três posições: em segundo lugar está as Prainhas do Pontal do Atalaia, depois Praia do Farol e em quarto lugar Praia do Forno. Cabe destacar também que a praia que se encontra em primeiro lugar, Baía do Sancho em Fernando de Noronha, ocupa atualmente também o segundo lugar no ranking mundial, mostrando com isso a acirrada “competição” dessas localidades.

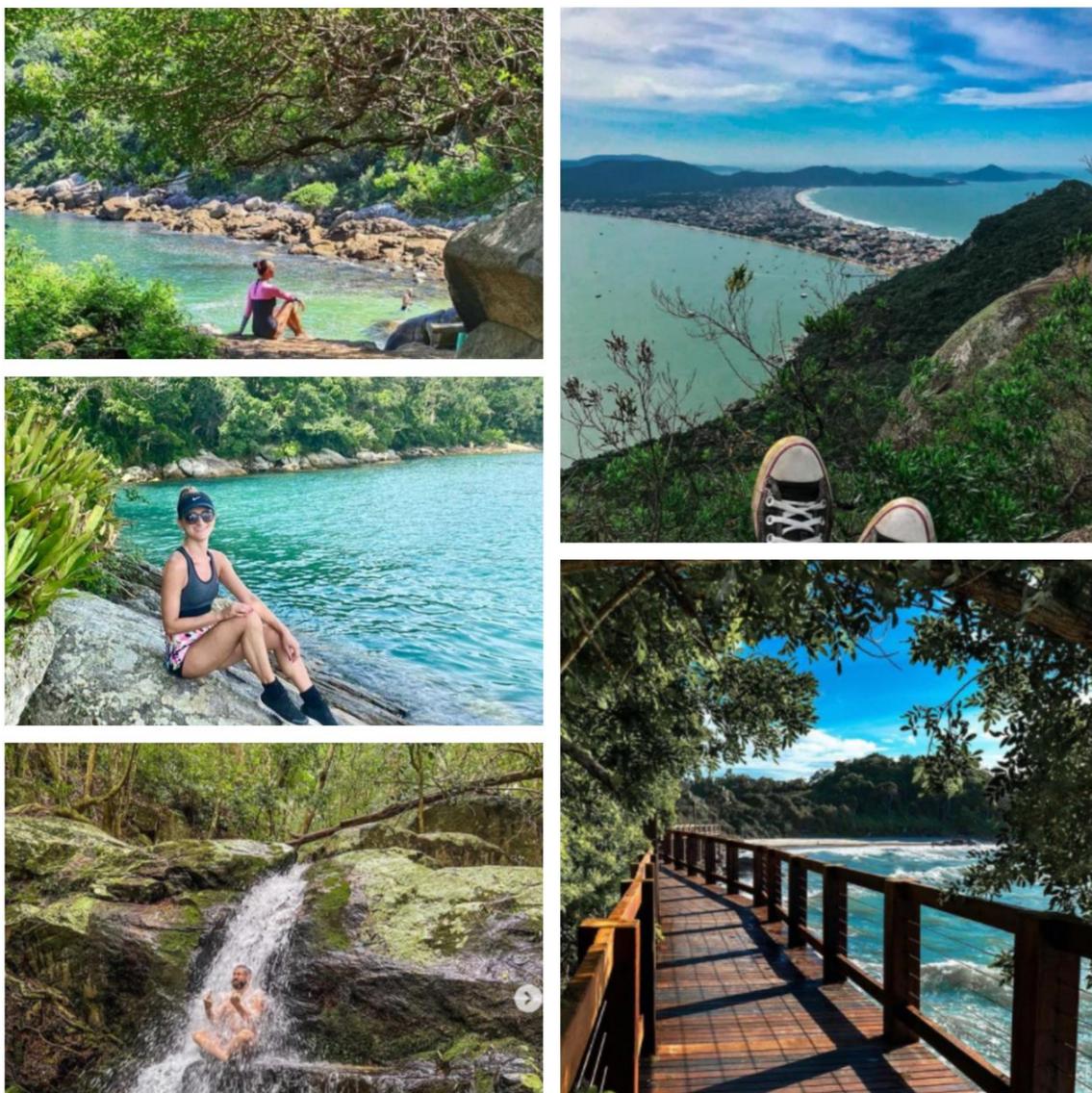
Diante disto, afirma-se, conforme proposição feita por Costa (2018, que Arraial do Cabo e suas praias estão claramente inseridas numa dinâmica turística internacional que extrapola centralidades como Armação dos Búzios e Saquarema, distribuindo além de fluxos de visitantes internacionais, também possibilitando a propagação da imagem a nível desta escala.

Dentre os paraísos aqui detalhados, apenas dois denotam tendências diferentes quanto à conformação da imagem turística. Morro de São Paulo, como já detalhado, tem na junção entre praia e mar a paisagem propagada pelo poder público e por turistas, enquanto Bombinhas/SC tem na vegetação de Mata Atlântica e no relevo as características primordiais de seu paraíso turístico.

Assim, mesmo quem visualiza Bombinhas com o intuito de usufruir das praias, acaba se deparando constantemente com a associação deste ambiente com as áreas florestadas e relevo existentes na região da península de Porto Belo. Aí se tem importante efeito da imagem turística na sociedade em geral, que é a capacidade de ocasionar expectativas e influenciar comportamentos dos turistas, mesmo antes da realização da viagem.

Destarte é possível compreender como turistas que chegam a Bombinhas buscam não apenas usufruir do segmento mais tradicional nas praias de Bombas, Bombinhas, Mariscal e Zimbros, mas também do ecoturismo e do turismo de aventura nas trilhas e mirantes no Morro do Macaco e na Costeira de Zimbros. A figura 55 denota os atrativos verificados em Bombinhas.

Figura 55 – principais atrativos de Bombinhas (esquerda) Ilha do Macuco, praia da Sepultura, cachoeira da Praia Triste, (direita) Mirante ECO 360 Morro do Macaco, Passarela entre Bombas e Bombinhas.



Fonte: *INSTAGRAM*. Elaboração: CASTRO, 2021.

A quantidade e diversidade de praias parece ser uma característica inerente às destinações turísticas de Santa Catarina. A exemplo de Florianópolis, Bombinhas tem, de acordo com a Prefeitura Municipal de Bombinhas, ao menos 39 praias, das quais dez são urbanizadas e as demais são isoladas ou acessíveis somente por trilhas (Bombinhas, 2021).

Além destas, Bombinhas ainda possui ambiente insular a sudeste, caso da Ilha do Macuco, e diversas trilhas nas UC dos Parques de Galhetas, de Morro do Macaco e da Costeira de Zimbros, além da Reserva Marinha de Arvoredo, área importante para realização do ecoturismo baseado nas atividades de mergulho.

Compreende-se ainda que, diante do processo de globalização, de massificação do acesso e do uso das mídias digitais, as paisagens instagramáveis tornam-se objeto não apenas da imaginação e demandas dos turistas, mas também do planejamento das orlas, dos espaços públicos e privados dos paraísos litorâneos.

Assim, as imagens turísticas das destinações são bastante voláteis e, portanto, capazes de abranger atrativos naturais e marcas artificializadas destes paraísos litorâneos turísticos. Busca-se assim cravar presença não apenas nas cada vez mais raras revistas impressas e digitais de turismo, mas também nos meios digitais, notadamente no *Instagram* e no *YouTube*, plataformas nas quais a ligação entre turistas, destinações, atrativos e empreendimentos turísticos torna-se cada vez facilitada.

O meio digital efetivamente tem considerável parcela de sucesso diante da organização e realização das viagens, posto a relevância da porcentagem de turistas internacionais que utilizam ferramentas digitais para pesquisas, fechamento de reservas, organização de roteiros e compartilhamento de imagens durante e após as práticas turísticas.

De acordo com o Ministério do Turismo (2021), em 2019, 57,6% dos turistas internacionais utilizaram a *internet* como fonte de informações para suas viagens com destino ao Brasil⁵⁹. Este número é ainda maior quando se tratam de algumas destinações dentre as aqui citadas, mostrando a importância da presença *online* para destinações, empreendimentos e pessoas.

Cabe lembrar que diferentemente de meados do século XX, quando era a propaganda boca a boca dos mochileiros a responsável pela propagação das imagens dos paraísos litorâneos, os recursos digitais colaborativos favorecem, conforme Santos (2011), uma instantaneidade das informações transmitidas e, por sua disponibilidade conteúdo, acabam por dissociarem-se do controle direto das grandes corporações da informação.

Mencionados dados denotam ainda outra importante possibilidade, que se refere à redução do controle do mercado turístico nacional por parte das agências de turismo e grandes operadoras. Mencionado processo permite que destinações e

⁵⁹ Infelizmente este mesmo dado não é levantado no que tange à demanda turística doméstica, não deixando clara a influência da internet na escolha e organização do turismo nacional.

prestadores de serviços turísticos possam, de maneiras cada vez mais relevantes, alcançar os fluxos turísticos através das redes sociais sem necessitar de intermediários e sem ameaças de *deracking*, referente à retirada de destinações ou empreendimento das prateleiras de operadoras de turismo, como ressalta Coriolano (2006).

Assim, a imagem dos paraísos litorâneos se constitui como importante recurso disponível para ação de gestores, empreendedores e turistas, reproduzindo paisagens atrativas e gradualmente possibilitando ligações diretas entre os agentes do processo de turistificação do espaço. Não é estranho, diante disto, que sejam introduzidas novas destinações no cenário turístico nacional e internacional sem a implementação de políticas setoriais prévias.

Isto denota, segundo Santos (2011), a relevância e antecedência da aplicação do discurso e da imagética frente às ações humanas, os quais têm o claro objetivo de convencer os visitantes e moldar suas práticas turísticas. Assim, os acontecimentos e paisagens são interpretados de acordo com os interesses dos agentes locais, e publicizados numa rede que possui alcance global.

Seria possível ainda relatar outras formas de constituição de marcas referentes aos paraísos turísticos. Estas com o claro intuito de qualificá-los como espaços melhores que outros e inseri-los nos roteiros das futuras viagens. É por isso que, ao invés de contratar grandes agências publicitárias, os empreendimentos turísticos e gestores municipais frequentemente recorrem às redes sociais e influenciadores digitais.

Ainda, buscam constantemente a aquisição de selos e prêmios ligados às áreas ambiental e de qualidade turística, elementos capazes de fomentar o discurso que credencia os paraísos litorâneos como ambientalmente sustentáveis e satisfatório para os visitantes. Exemplos disto são os *rankings* do site *Tripadvisor* e a premiação internacional Bandeira Azul.

Este último trata-se de certificação ambiental voltado para praias, marinas e embarcações, levando em consideração critérios como informação e educação ambiental, qualidade dos recursos hídricos, gestão de meio ambiente, segurança e serviços.

De acordo com a Foundation for Environmental Education (FEE) e o responsável nacional, o Instituto Ambientes em Rede (IAR, 2019, p. 6), para que receba o Prêmio Bandeira Azul:

Uma praia deve ser acessível a todos (independentemente da idade, gênero, visão política, religião) para ser elegível para credenciamento da Bandeira Azul. O acesso à praia deve ser livre e gratuito a menos que ela seja parte de Unidade de Conservação devidamente catalogada no SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação. Podem ser cobrados outros serviços na área da praia como estacionamento, aluguel de equipamentos, uso de banheiros e duchas, mas tem que ficar dentro dos limites razoáveis.

Uma praia pode ser eleita para ter a Bandeira Azul se for oficialmente uma área de banho com pelo menos um ponto de coleta para análise de qualidade de água. O nome e as fronteiras da praia devem ser reconhecidos oficialmente e informados aos usuários na Placa Informativa do Programa.

Apesar de parecer simplório do ponto de vista mercadológico, muitos municípios e localidades já perceberam a importância de obter, mesmo que por apenas um ano, uma certificação capaz de conferir à uma ou algumas de suas praias o *status* de ambientalmente sustentável.

Prova disto é que já receberam o mencionado prêmio a praia da Malhada em Jericoacoara (O POVO, 2019), e as praias de Mariscal, Quatro Ilhas e Conceição, todas em Bombinhas (BOMBINHAS, 2020). E mesmo aqueles paraísos litorâneos que não tiveram praias certificadas, buscam se adequar para contar com este diferencial agregado à imagem turística, como Arraial do Cabo e as praia de Pontal do Atalaia, Ilha do Farol e do Forno (PLENO NEWS, 2020) e Maragogi e a praia de Barra Grande (CADA MINUTO, 2014).

Outra ação que confere presença virtual às imagens turísticas dos paraísos litorâneos – e cada vez mais adotada por municípios turísticos ou não – é a instalação de letreiros paisagísticos em pontos centrais e localidades turísticas, fazendo referência às marcas registradas destas.

Mencionada prática é tão importante que consegue, em alguns casos, criar um atrativo turístico capaz de formar filas de desejosos em garantir fotos e marcações para determinados territórios turísticos. A figura 56 ressalta a presença destes nos paraísos litorâneos brasileiros.

Figura 56 – letreiros existentes nas localidades de (esquerda) Jericoacoara/CE, Bombinhas/SC, (direita) Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA e acesso de Arraial do Cabo/RJ.



Fonte: *INSTAGRAM*. Elaboração: CASTRO, 2021.

Paulatinamente os paraísos litorâneos consolidam suas respectivas imagens, agregando maiores fluxos e constituindo novas estratégias para crescimento da publicidade de seus atrativos e empreendimentos. Assim, não se pode afirmar que as imagens turísticas de Jeri, Maragogi, Morro de SP, Pontal e Bombinhas sejam imutáveis ou não possuam condicionantes bastante voláteis e que sofrem constantes inclusões e remoções de elementos.

Assim, em meados do século XX, enquanto ainda presentes diversos elementos característicos do perfil aloccêntrico, as paisagens valorizadas dos paraísos litorâneos eram constituídas por instrumentos da pesca, vilas litorâneas, coqueirais,

praias desertas, campos de dunas e vegetação nativa. A figura 57 ressalta estas paisagens e elementos.

Figura 57 – paisagens de (esquerda) Jericoacoara em 1980, Maragogi em 1970, Morro de São Paulo em 1980, (direita) Pontal do Atalaia ao fundo em 1971 e Bombinhas em 1958.



Fontes: G1, 2019; MARAGOGI LUGAR PRA REPETIR, 2018; VIRGENS, 2010; DAYANNA MELO LIMA, 2012; HILLESHEIM, 2005. Elaboração: CASTRO, 2021.

Considera-se que a imagem turística dos paraísos litorâneos no país, e porque não de outras regiões do mundo, possui um processo de constituição que se diferencia daqueles verificados em metrópoles litorâneas e municípios metropolitanos costeiros, pautados na promoção da zona costeira através da promoção local dos atrativos urbanos e posteriormente por políticas setoriais de turismo.

Exemplo disto é ressaltado por Araújo e Pereira (2011), ao inferirem sobre a função da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) na promoção dos destinos

nacionais, por Silva (2016) enquanto analisa os casos das Regiões Metropolitanas Nordesteanas e as ações coordenadas entre agentes estatais e privados, e por Araújo (2016), ao elencar a densidade infraestrutural e de serviços urbanos como fundantes para a constituição do turismo metropolitano.

Não se nega aqui a importância do planejamento turístico destinado a estes espaços, aliás, como cita Castro (2016), para determinadas municipalidades litorâneas a implementação de ações de planejamento foi fundamental para que a atividade turística se constitua como componente relevante na base econômica destes.

Ainda, as políticas públicas de turismo aplicadas no litoral metropolitano ocasionam a gradual ampliação da rede de espaços turísticos e áreas de segundas residências, possuindo considerável ligação com as metrópoles nordestinas (CASTRO, 2016). Assim, os balneários metropolitanos tornam-se pontos valorizados para as práticas de turismo de proximidade, para a aquisição de domicílios de uso ocasional e para alocação de empreendimentos ligados ao imobiliário turístico.

Mencionadas observações são importantes posto denotarem que os processos de criação das imagens turísticas de regiões, estados, municípios e localidades são, em geral, realizados de maneiras diferentes. Ao passo em que as demandas do turismo urbano e metropolitano transitam em torno das condições infraestruturais do território e das áreas de passagem, ocasionadas pela metropolização turística (GOMEZ, 1995), o turismo dos paraísos litorâneos constitui-se em virtude de uma experiência que, inicialmente, presume-se espiritual e desemboca em segmentações diversas.

Referidas experiências de viagem, sejam espiritualizadas ou turísticas, têm na presença da natureza e das condições alocêntricas o cerne de suas existências. Desta forma, as imagens turísticas que se estabelecem e tornam-se funcionais para o sucesso de destinações como os paraísos litorâneos são aquelas que os aproximam do ideal sagrado de natureza intocada e divinamente concebida (MERLEAU-PONTY, 2000).

Diante do exposto, cabe à pesquisa buscar uma conceituação do fenômeno que há décadas passou a ser chamado de paraíso turístico e tornou-se inclusive objetivo de diversos espaços litorâneos brasileiros e mundiais. Para além disto, é

fundamental compreender os preceitos de aplicação do paraíso turístico como categoria de análise e as questões socioespaciais que permeiam este conceito.

Mais ainda, é importante analisar os aspectos espaçotemporais evocados pelo uso do conceito, bem como quais destes não se constituem diante da realidade das destinações turísticas abordadas na pesquisa. Ainda, deve-se compreender o rebatimento multiescalar deste conceito, realizando as devidas adequações para entender as particularidades socioespaciais, econômicas, ambientais e culturais das diversas destinações paradisíacas litorâneas ao redor do mundo.

6.2 O paraíso turístico: imagem e materialidade

Foram analisados aqui os principais aspectos que, diante do exposto ao longo da pesquisa, tornam-se fundamentais na constituição do que, ao longo das últimas décadas, se convencionou chamar de paraíso turístico. Buscou-se, a partir disto, compreender as dinâmicas particulares a cada um dos aspectos tidos como denotadores de singularidades em determinados territórios turísticos litorâneos associados ao edênico mítico.

Ao ocasionar a aproximação entre os espaços litorâneos turísticos da atualidade e as representações históricas do paraíso mítico e terreal, a abordagem de determinantes como condições de acesso, morfologias urbanas, patrimônios naturais, dinâmicas e imagens turísticas permite não apenas compreender as semelhanças entre destinações inseridas em contextos econômicos e regionais completamente diferentes, mas também compreender como cada uma destas têm papéis muito específicos dentro da dinâmica de criação de um ideal de paraíso turístico litorâneo.

Mas até que ponto o paraíso turístico deve ser considerado como fenômeno espacial real? Em outras palavras, busca-se aqui discutir quais destes aspectos efetivamente possuem desdobramentos que se constituem como denotadores de espaços turísticos diferenciados e se estas particularidades são capazes de gerar desenvolvimento à atividade e à experiência turística.

Mencionado percurso torna-se importante pois enquanto a imagem, como afirma Bolson (2004), suscita os sonhos do turista e catalisa a realização da viagem, é a materialidade da experiência turística que tornará capaz a recorrência de retorno dos visitantes e a propagação das imagens. É importante então que a ideia de paraíso

turístico litorâneo não seja transmitida apenas por imagens atrativas, mas que estas sejam reflexo das vantagens qualitativas existentes no local.

Isto somente é possível mediante a confluência entre aspectos turísticos e paisagísticos com objetivo de criação de condições socioeconômicas de desenvolvimento local. Portanto, as condições de acesso e de circulação locais e regionais devem ocorrer em consonância com a manutenção de aspectos naturais, o que deve conferir não apenas a sustentabilidade das práticas turísticas, mas também o usufruto de experiências singulares de viagem.

Da mesma forma, os vetores de urbanização devem estabelecer-se em função da preservação das diretrizes paisagísticas das localidades, dos direitos da coletividade residente e do respeito as legislações ambientais. Isto igualmente possibilita ampliação do ciclo de vida de atração turística e das imagens associadas.

Ainda, o processo de patrimonialização dos recursos naturais deve, de acordo com o previsto nos documentos de manejo, possibilitar concomitantemente a conservação e a realização de atividades de menor impacto, notadamente o caso do turismo e de práticas tradicionais. Assim, os recursos e paisagens associadas são valorizados não apenas como patrimônios, mas também como atrativos frequentemente associados às imagens turísticas dos paraísos litorâneos.

Em última análise, as dinâmicas de visitação nos paraísos litorâneos tornam-se, dualmente, causas e consequências das imagens turísticas produzidas e reproduzidas. Causa, pois as dinâmicas turísticas são condições, desde meados do século XX, para a popularização das imagens dos paraísos litorâneos em escala global. E enquanto consequências, os expressivos fluxos de visitantes nacionais e internacionais são reflexos do êxito na propagação desta imagem litorânea.

Analisando assim os processos concernentes à formação dos paraísos turísticos litorâneos sob um enfoque ideal, pode-se entender que estas destinações turísticas possuem considerável êxito e realizam percurso particular frente àqueles estabelecidos no CVAT de Butler (1980). No entanto, o processo de turistificação dos paraísos litorâneos não acontece, em primeira instância, num plano ideal ou planejado, e muito menos leva em consideração os diversos aspectos envolvidos neste contexto.

Em outras palavras, mesmo quando o planejamento turístico é aplicado aos espaços litorâneos, conforme Castro (2016), não há qualquer garantia de que os objetivos de crescimento e desenvolvimento associados à atividade sejam alcançados. Isto denota o caráter anárquico da criação dos paraísos litorâneos e de sua popularização nas décadas finais do século XX.

Este cerne de criação destas destinações, responsável pela reprodução de imagens e permanência de condições aloccêntricas durante décadas, torna-se assim também o causador de questões que suscitam problemáticas de ordem socioeconômica, territorial e ambiental. E isto é ainda mais manifesto no que tange às destinações que não receberam a devida atenção frente à dinamização turística.

É através do planejamento setorial que as destinações litorâneas buscam minimizar os impactos ocasionados pela urbanização turística desordenada. No entanto, mencionadas ações apenas tomam forma a partir do início do século XXI, ocasionando, em alguns casos, cerca de 60 a 70 anos de turistificação espontânea.

Assim, não é estranho que nos relatos das realidades dos paraísos de Jericoacoara, Maragogi, Morro de São Paulo, Pontal do Atalaia e Bombinhas, a permanência de problemáticas antigas seja frequente. Tais questões são bastante pertinentes, pois envolvem não somente as demandas por ordenamento de uso e ocupação do solo, mas também por mitigação de impactos ambientais, regularização fundiária, valorização turística e manutenção do sistema de singularidades existentes nas destinações. O quadro 15 denota o planejamento turístico nos paraísos litorâneos.

Quadro 15 – políticas de planejamento turístico nos paraísos litorâneos brasileiros.

Paraíso Litorâneo	1990-1999	2000-2009	2010-2019
Jericoacoara	-	PRODETUR/NE II (2004)	PROINFATUR (2013) PRODETUR Nacional (2017)
Maragogi	PRODETUR/NE I (1995)	-	-
Morro de São Paulo	-	PRODETUR/NE II (2004)	PAC Cidades Históricas (2010)
Pontal do Atalaia	-	Plano Diretor de Turismo do RJ (2001)	PRODETUR Nacional (2017)
Bombinhas	-	PRODETUR Sul (2004) PAC 2 (2008)	Plano Municipal de Turismo (2016)

Fonte: BNB, 2005; 2012; CEARÁ, 2013; CASTRO, 2016; MTUR, 2010; IPHAN, 2010; RIO DE JANEIRO, 2001; 2014; RUSCHMANN *et al*, 2015; CAMPOS *et al*, 2016. Elaboração: CASTRO, 2021.

É notório que, de acordo os dados acima expostos, o planejamento turístico dos paraísos litorâneos brasileiros tem início tardio, à exceção de Maragogi/AL. Frente às capitais e municípios metropolitanos litorâneos, inclusos nas primeiras ações de planejamento turístico, casos do PRODETUR, mencionado planejamento apenas se materializa no século XXI, o que afirma a não prioritária inclusão destes como destinos dependentes do planejamento.

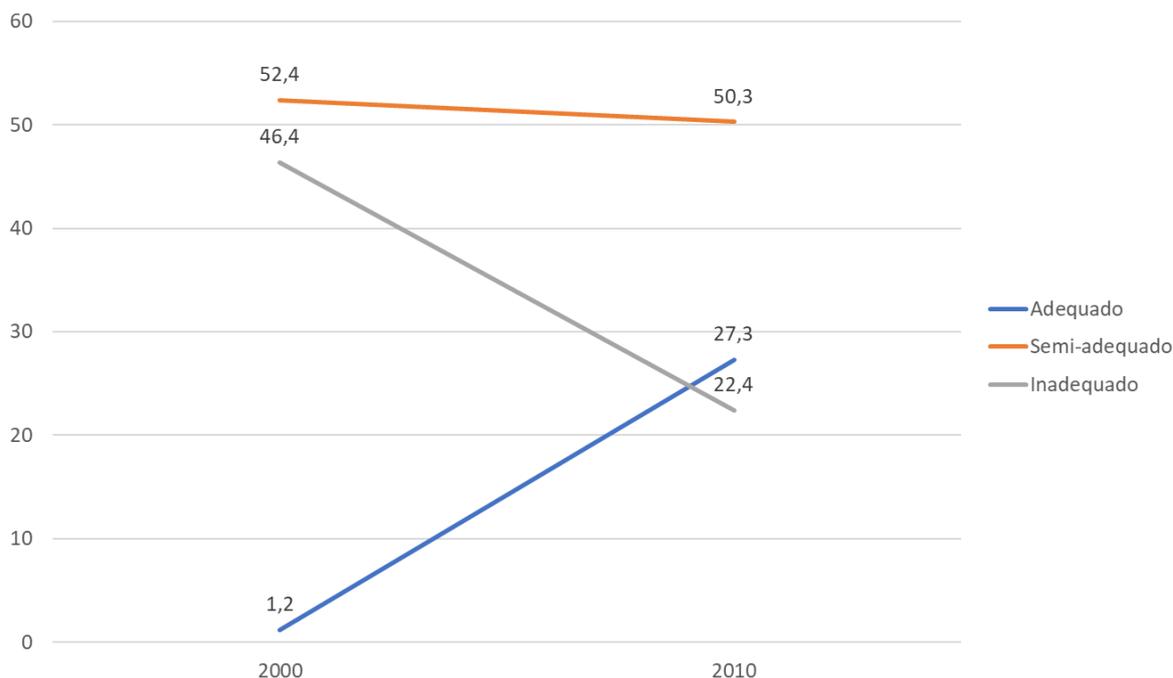
E mencionada constatação denota duas características fundamentais no que tange ao planejamento turístico dos paraísos litorâneos: a primeira destas se refere à importância turística demonstrada por estes desde meados do século XX, o que, conforme Castro (2016), tornou-as exemplos exitosos a serem replicados e fortalecidos futuramente através da alocação de investimentos prioritários em turismo.

Uma segunda questão é a que denota a disparidade entre as componentes das imagens turísticas dos paraísos litorâneos, de perfil notadamente alocêntrico, frente às destinações selecionadas como prioritárias para receber as primeiras políticas de turismo. Estas, com objetivo de serem encaixadas no espectro meiocêntrico (centro-seguro), onde também estão o litoral mexicano, as ilhas havaianas e o Caribe, recebem não apenas sistemas rodoviários, mas também inúmeros serviços urbanos, criação de atrativos e elaboração de publicidade turística.

Ressalta-se assim que apesar da praia ser um elemento em comum a estas destinações, as imagens turísticas não são constituídas pelas mesmas paisagens ou características, as quais direcionam-se, sobretudo no início do século XXI, à públicos bem distintos e desejosos por diferentes atrativos turísticos. Ainda assim, há um ponto no qual o planejamento de mencionadas destinações converge, que é no uso de recursos voltados ao planejamento turístico na complementação das capacidades municipais na prestação de serviços básicos.

Na década de 1990, dentre os paraísos litorâneos ressaltados, apenas Maragogi recebe recursos destinados a Alagoas através do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE I). Com o intuito de melhorar das condições de saneamento básico do município, iniciou-se processo de implementação de sistemas de abastecimento de água (SAA) e de esgotamento sanitário (SES), sendo finalizado em 2006 (LINS, 2016). O gráfico 13 ressalta o processo de implantação.

Gráfico 13 – condições de saneamento dos domicílios de Maragogi/AL, em 2000 e 2010 (%).



Fonte: IBGE, 2000; 2010. Elaboração: CASTRO, 2021.

Como ressalta o gráfico, de acordo com dados do IBGE (2000; 2010), entre 2000 e 2010 a proporção de domicílios que tiveram acesso a saneamento básico em Maragogi foi mínimo frente ao universo existente no município. No entanto, conforme Carvalho (2014 *apud* LINS, 2017), é muito comum que nos anos seguintes à aplicação das políticas de turismo, os poderes públicos municipal e estadual propaguem a imagem do paraíso litorâneo como possuidor de 100% de domicílios saneados.

Isto acontece, pois este aspecto agrega valor não somente à imagem turística utilizada nas ações de publicidade, mas a referida manipulação dos dados busca evitar a constatação de que os turistas que vão às galés, taocas e piscinas naturais de Maragogi, na verdade, estão banhando-se em áreas repletas esgotamento sanitário e coliformes fecais.

E isto se torna ainda mais relevante quando, em levantamentos semanais de balneabilidade feitos pelo Instituto de Meio Ambiente de Alagoas (IMA) entre os anos de 2002 e 2021, constata que as áreas próximas às fozes dos rios Salgado, Maragogi e Persinunga são consideradas historicamente impróprias para práticas de banho (IMA, 2021; LINS, 2017).

Conforme ressalta Lins (2017), mencionado problema acontece em virtude da divergência entre a abrangência do projeto aprovado na década de 1990, que

compreendia apenas o litoral do município até Barra Grande, e as áreas de expansão urbanas verificadas nas décadas seguintes.

Ainda, os investimentos em Maragogi se assemelham ao que Castro (2016) denota como prática muito comum na administração de recursos públicos e, mais especificamente, aos investimentos do PRODETUR-NE. Trata-se da tardia aplicação dos recursos e tomada de ações efetivas, algo que aconteceu largamente no caso dos estados nordestinos. Assim, os recursos através das políticas de turismo chegam a permanecer cerca de uma década nos cofres municipais, sem que haja aplicação.

No caso de Maragogi, disponibilizados em 1997, os recursos apenas começaram a ser aplicados no saneamento básico do município no ano de 2001 (LINS, 2017). E como ressaltado anteriormente, o atraso na implementação destes resultou em problemas que não foram solucionados até a atualidade e que podem, futuramente, impactar a dinâmica turística do mencionado paraíso litorâneo alagoano.

No que se refere às demais ações pensadas para Maragogi durante a vigência do PRODETUR-NE I (1994 – 2004), é importante relatar que o plano de gestão de resíduos sólidos do município não foi elaborado ou posto em prática por conta de redimensionamento dos recursos destinados Maceió/AL (BNB, 2005).

Percebe-se assim que durante a década de 1990, período focal de materialização do planejamento turístico no território brasileiro, a existência dos paraísos litorâneos não suscitou importantes ações com foco na resolução de problemáticas referentes ao processo de urbanização turística. E mesmo quando busca fazê-lo, no caso particular do segundo principal destino turístico alagoano, o planejamento turístico não consegue resolver os impactos de maneira satisfatória.

Notadamente a década de 1990 não teve, ao menos no Brasil, como enfoque o planejamento dos paraísos litorâneos, mas sim a busca pela urbanização das áreas turísticas contíguas às metrópoles, o que caracteriza, de acordo com Pereira (2012), o processo de expansão horizontal das regiões metropolitanas ou a metropolização turística pautada na espacialização do turismo litorâneo e da vilegiatura marítima.

O início do século XXI ressalta outra lógica agregada ao planejamento turístico no país. Esta se pauta, ao menos nos discursos, na busca pela sustentabilidade das ações previamente realizadas e na expansão dos territórios

turísticos beneficiados. É neste momento que os demais paraísos litorâneos receptam as primeiras ações efetivas de planejamento turístico⁶⁰.

Estes são provenientes da segunda fase do PRODETUR-NE, nos casos de Jericoacoara e Morro de São Paulo, do Plano Diretor de Turismo do Rio de Janeiro, destinado a Arraial do Cabo, e do PRODETUR-Sul e PAC 2, que beneficiam Bombinhas. Jericoacoara, agora inclusa na expansão da principal política de turismo no Nordeste, tem recursos destinados à ampliação do sistema de abastecimento de água (BNB, 2012).

Mencionada ação, conforme Silva (2019), parece ter surtido efeito esperado, pois desde então o paraíso litorâneo tem 100% de seus domicílios regulares ligados ao SAA e SES. Isto denota não apenas busca pelos poderes públicos por infraestruturar o território, como também por minimizar o impacto da utilização de fossas negras nos recursos hídricos próximos e na exposição de turistas e moradores à elementos contaminantes.

Quanto à Morro de São Paulo, as ações implementadas pelo PRODETUR-NE II foram referentes à elaboração do Plano de Gestão Integrado de Resíduos Sólidos (PGIRS), elaboração e implementação do projeto de urbanização de Morro de São Paulo. Tais ações não ficaram apenas no papel, mesmo demorando anos para ficarem prontas, sendo inauguradas em 2011 pelo Governo do Estado da Bahia (CONDER-BA, 2011).

De acordo com a Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia (CONDER-BA, 2011):

Foram beneficiadas com serviços de paisagismo as Praças Aurelino Lima, da Amendoeira e da Primeira Praia, bem como os Largos da Fonte Grande e da Mangaba. As Ruas Nossa Senhora da Luz, da Biquinha, da Prainha e da Fonte Grande foram beneficiadas com obras de pavimentação. A intervenção incluiu, ainda, a construção da escadaria e mirante do farol, de uma passarela na Segunda Praia e do Parque da Lagoa.

Todas as praças contam com deque em madeira, pergolado em troncos de eucalipto e bancos de madeira. São também de madeira os guarda corpo das escadas de acesso aos deques. Os serviços de pavimentação foram executados em bloco de concreto pigmentado intertravado e solo cimento para piso. Todos os caminhos que dão

⁶⁰ Na elaboração do PRODETUR-NE II, acordo com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB, 2012), o estado de Alagoas teve problemas no fechamento do contrato de empréstimo e não conseguiu garantir a contrapartida necessária para receber o recurso.

acesso a áreas de valor histórico e cultural foram executados em pedra de basalto. Na construção das escadarias também foram usados troncos de eucalipto.

Tais colocações inferem a importância dada aos patrimônios histórico-culturais como atrativos turísticos existentes em Morro de São Paulo, além de trazerem benefícios aos residentes através da requalificação de áreas de sociabilidade. Este indício será corroborado pelas ações na década seguintes, com a alocação de recursos do Programa de Aceleração do Crescimento para Cidades Históricas (PAC – Cidades Históricas). A figura 58 ressalta uma das intervenções existentes em Morro de São Paulo.

Figura 58 – Praça Aurelino Lima, em Morro de São Paulo, Cairu/BA.



Fonte: MORRO DE SÃO PAULO.COM, 2021.

Interessante ressaltar, de acordo com a análise da paisagem de Morro de São Paulo após as obras e do relato sobre o uso dos materiais, que claramente buscou-se estabelecer uma conexão entre as melhorias arquitetônicas com os aspectos históricos e naturais da destinação. Desta forma, mesmo se tratando de espaço urbanizado pela atividade turística, os investimentos buscaram fazer referência às potencialidades do referido paraíso litorâneo.

Pontal do Atalaia, em Arraial do Cabo/RJ, trata-se de APA na qual, conforme citado anteriormente, não são permitidas alterações desde início do século

XX. E isto acontece, pois, a partir de 2001 houve a inserção da área como prioritária para receber os recursos do Plano Diretor de Turismo do Rio de Janeiro (RIO DE JANEIRO, 2001).

Uma das únicas ações destinadas à Pontal do Atalaia no âmbito da referida política pública é a criação da RESEX Marinha do Arraial do Cabo, que compreende toda a região litorânea do município. Instituída com o propósito de preservar os recursos marinhos ali existentes e favorecer a continuidade da pesca artesanal e do ecoturismo, é notável a influência que a APA exerce sobre as dinâmicas turística, urbana e ambiental de Arraial do Cabo. A figura 59 ressalta prática muito procurada na RESEX Marinha.

Figura 59 - batismo de mergulho em Arraial do Cabo/RJ.



Fonte: MOCHILÃO TRIPS, 2019.

Bombinhas, por intermédio das políticas de turismo que beneficiaram a região Sul do país, casos do PRODETUR-Sul e do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC 2), acesso aos investimentos voltados à impulsão das capacidades turísticas do mencionado paraíso litorâneo (RUSCHMANN *et al*, 2015). Foram implementados em Bombinhas, durante a vigência do PRODETUR-Sul, a nova rodovia de ligação entre Bombinhas e Porto Belo, o Plano Direto de Bombinhas, além da melhoria do SAA e do SES.

No que tange ao PAC 2, política de modernização do território nacional, foram alocados recursos na elaboração do plano de habitação para assentamentos

precários, ampliação de Unidades Básicas de Saúde (UBS) e elaboração de projetos de saneamento por parte da Fundação Nacional de Saúde (FUNASA), repartição ligada ao Ministério da Saúde (RUSCHMANN *et al*, 2015).

Dito isto, é fundamental compreender que a urbanização de Bombinhas, como visto no tópico anterior, se dá de maneira relativamente ordenada e com vetores claros. Por assim acontecer e diante da situação urbana – peninsular – é mister que as políticas públicas de turismo levem em consideração a qualidade dos recursos hídricos do entorno.

Ainda, é distinta a conotação de Bombinhas como cidade turística, o que pode ser verificado pelo conjunto de ações que buscam infraestruturar não apenas as áreas litorâneas, mas sobretudo as condições de circulação, de habitação e sanitárias em geral, muito em virtude do crescimento verificado nas últimas décadas em relação aos fluxos de visitantes e do número de domicílios de uso ocasional. A Estação de Tratamento de Água (ETA) de Bombinhas aparece na figura 60.

Figura 60 – ETA de Bombinhas/SC.



Fonte: PORTAL DE SANEAMENTO, 2020.

Compreende-se assim que a primeira década do século XXI se configura como momento no qual os paraísos turísticos são agregados às ações de planejamento regional verificadas no litoral brasileiro. De maneiras relativamente semelhantes, as políticas públicas de turismo têm como foco requalificar as destinações através da complementação das capacidades municipais, fornecendo e melhorando infraestruturas básicas viárias, sanitárias, patrimoniais e recreativas.

No entanto, na primeira década do século XXI ainda não se configuram grandes mudanças nos contextos das mencionadas destinações turísticas, posto a natureza do planejamento verificado neste momento. Apenas na década de 2010, quando muitas das obras estão sendo finalizadas – algumas nem isso, como é o caso da rodovia turística Porto Belo-Bombinhas via Zimbros, paralisada por conta de ação judicial do Ministério Público Federal – há movimentação para maiores intervenções de cunho espacial e sobretudo gerencial na atividade e nas práticas turísticas que se desdobram nas destinações.

E isto é demonstrado pelas políticas setoriais que são implementadas nos anos seguintes, notadamente com foco na preparação não apenas dos territórios turísticos, mas também das populações residentes. É isto que acontece no âmbito do Programa de Valorização da Infraestrutura Turística do Litoral Oeste (PROINFTUR), que beneficia a região turística da Costa do Sol Poente do Ceará.

Pensado com o intuito de incrementar ainda mais a infraestrutura turística existente nos municípios litorâneos do Ceará, tal programa conta com quatro componentes que se referem a gestão institucional e a melhorias infraestruturais. São estas "Desenvolvimento Econômico, Formação de Capital Social e Fortalecimento Institucional para o Turismo", "Gestão do Programa", "Urbanismo, Implantação e Ampliação do Saneamento Básico" e "Infraestrutura Turística" (CAF, CEARÁ, 2012).

Conforme cita Castro (2016), à priori, Jericoacoara sequer entraria no âmbito dos investimentos implementados pelo PROINFTUR, posto a Secretaria de Turismo do Estado do Ceará afirmar que o referido paraíso litorâneo, por sua importância turística, deveria receber política mais vultosa de investimentos em diversas frentes.

No entanto, os recursos da Corporação Andina de Fomento (CAF), responsável pelo aporte financeiro do PROINFTUR, não só foram fundamentais para a conclusão do terminal aeroportuário de Jericoacoara⁶¹ (figura 61), como também foram utilizados para a continuidade da duplicação da rodovia CE-085, a capacitação profissional dos setores público e privado, além de suscitarem palestras com diversos

⁶¹ Recursos da mencionada política pública também foram utilizados no Aeroporto de Aracati, no Litoral Leste do Ceará, o qual deveria ter sido concluído com recursos do PRODETUR Nacional.

setores da sociedade na busca de criar consenso sobre a importância da atividade turística nos municípios da referida região⁶².

Figura 61 – Aeroporto Regional Comandante Ariston Pessoa, em Cruz/CE.



Fonte: CEARÁ, 2020.

Referida política pública torna-se ainda mais interessante quando vista sob enfoque das ações que visam criar nas sociedades locais o sentimento de pertencimento a um município evidentemente turístico, mesmo que esta atividade se encontre em estágios iniciais. Logo, o PROINFTUR se utiliza de canais com maior amplitude junto aos residentes para popularizar temáticas referentes à receptividade em relação ao turista, a valorização das principais potencialidades dos municípios, a concepção de atrativos locais.

No que se refere ao PRODETUR Nacional, criado em 2008, pode-se inferir que este teve como foco inicial a aplicação recursos na requalificação das instituições de gestão turística e na ampliação da infraestrutura concernente a esta atividade, com foco, no caso cearense, nas microrregiões do Litoral Leste, do Maciço de Baturité e

⁶² O autor teve a oportunidade de participar como palestrante durante as mencionadas atividades, as quais tiveram como público-alvo os docentes e gestores do ensino municipal, objetivando a incorporação dos assuntos referentes à atividade turística nos calendários escolares e na identidade da população. Ao todo foram realizadas palestras em oito municípios do Litoral Oeste do Ceará.

da Cuesta da Ibiapaba (CASTRO, 2016). Curiosamente, parte destes recursos foi destinada à conclusão do terminal aeroportuário de Jericoacoara (MTUR, 2010).

A realocação espacial de aplicação dos recursos do PRODETUR Nacional corrobora a importância e proeminência turística assumida pela vila de Jericoacoara nos últimos anos. Assim, a criação de condições cada vez mais fluidas até mencionado destino aparentemente justificam a readequação do raio de influência desta política pública setorial.

Não coincidentemente, é visível que a chegada a Jericoacoara se torna cada vez mais facilitada, agora com o aporte de linhas intermunicipais que chegam até a sede municipal, pacotes turísticos de dia único, carros de *transfer* que partem do Aeroporto Internacional Pinto Martins com destino à vila de Jeri, voos regulares com destino ao Aeroporto Regional Comandante Ariston Pessoa, e as demais possibilidades existentes nos municípios contíguos ao mencionado paraíso litorâneo.

Assim, pode-se inferir que apesar da imagem de Jericoacoara ser fortemente ligada ao isolamento, este fator tem sido gradualmente reduzido em virtude da ampliação das possibilidades de chegada ao mencionado paraíso turístico litorâneo. E isto também suscita considerações quanto ao aspecto alocêntrico referente à Jeri, posto que mencionado espectro também se refere à demanda turística e densidade de visitantes no local.

Em outras palavras, a ampliação das condições de acesso existentes aos paraísos litorâneos (fluidez virtual), por suas respectivas importâncias turísticas a nível internacional, acaba por efetivar o considerável aumento dos fluxos de turistas (fluidez efetiva) e conseqüentemente modificando – em partes ou completamente – o caráter aventureiro da destinação alocêntrica.

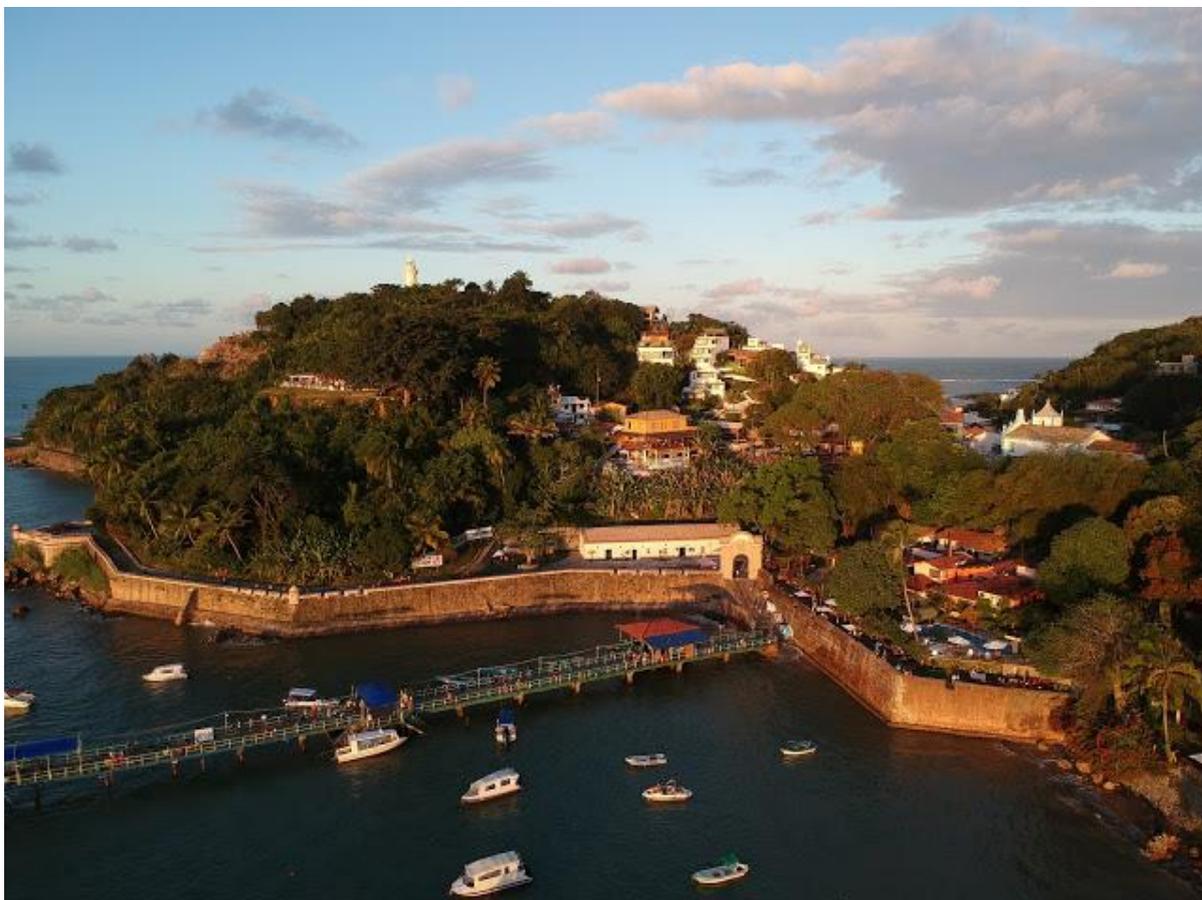
Morro de São Paulo, como destino insular ocupado anteriormente com intuito de defesa do território, acaba por manter como rugosidades várias edificações que remontam a outros períodos. Estas gradualmente são incorporadas pelas práticas turísticas, suscitando assim a visitação e curiosidade pelo passado histórico e cultural da ocupação ao norte da Ilha de Tinharé.

Diante disto as ações de planejamento com foco em Morro de SP buscam, diferentemente de Jericoacoara, ampliar a circulação interna à localidade, bem como a recuperar os patrimônios históricos e culturais aí existentes. Cabe lembrar que o

processo de patrimonialização não depende apenas do tombamento de determinado bem, prática ou conhecimento popular, mas também da valorização por parte da sociedade em geral.

E neste caso, por intermédio do PAC Cidades Históricas, foram realizadas ações para a ampliação do terminal marítimo de Morro de São Paulo, a finalização da requalificação urbana da localidade (iniciado com recursos do PRODETUR-NE II) e o embutimento da rede elétrica no sítio histórico deste (VIRGENS, 2010). O terminal marítimo e parte da Fortaleza do Tapirandu aparecem da figura 62.

Figura 62 – terminal marítimo de passageiros de Morro de São Paulo e muralha da Fortaleza do Tapirandu.



Fonte: BLOG APAIXONADOS POR VIAGENS, 2019.

Compreende-se assim que diante das condições do sítio urbano do paraíso litorâneo, há uma tendência de concentração dos atrativos no núcleo urbano da localidade e, assim sendo, torna-se necessária maior atenção às condições de circulação intraurbana bem como aos atrativos que compõem a imagem da mencionada destinação.

Não é de se estranhar que os patrimônios históricos e o embelezamento turístico sejam o foco das principais ações realizadas através das políticas de turismo a partir do início do século XXI, conferindo conteúdos pautados nas referências à natureza local, bem como ao histórico de Morro de São Paulo.

Ao passo em que o planejamento turístico não consegue solucionar problemáticas ocasionadas pela urbanização desordenada nos paraísos turísticos, como a ineficiência do saneamento básico, a ocupação de assentamentos irregulares e a remoção de cobertura vegetal, deve-se voltar o olhar dos visitantes para outras potencialidades, que podem ser representadas por patrimônios históricos e culturais, urbanismos turísticos, zonas de praia ou mesmo equipamentos de hospedagem e alimentação.

É ainda fundamental compreender que o planejamento no Brasil se trata de processo essencialmente moroso, composto por fases pensadas que podem não ser efetivadas por questões de ordem política, econômica, cultural e mesmo ambiental. Desta forma, como visto aqui, é muito comum que obras e ações de requalificação passem anos sem as modificações esperadas e, em alguns casos, incorram no prescrever das políticas e recursos destinados.

E isto é essencialmente prejudicial no que tange ao objetivo do planejamento. O problema maior não se trata da sobreposição de políticas de turismo, como verificado nos casos cearense e baiano, sobretudo quando há efetiva criação de novos elementos qualificadores da destinação turística, mas sim quando, após anos de investimentos e busca por soluções para problemas urbanos, não há qualquer avanço em questões referentes ao fornecimento de serviços básicos, ampliação das possibilidades turísticas e melhoria da qualidade de vida dos residentes.

Arraial do Cabo/RJ verifica ação de criação de fluidez muito semelhante ao que acontece em Jericoacoara, apesar de que esta se realize em escala diferente. Por intermédio dos recursos provenientes do PRODETUR Nacional, a localidade do Pontal do Atalaia é beneficiada no aumento das possibilidades de chegada de visitantes, ainda isto aconteça numa escala local (RIO DE JANEIRO, 2014).

Enquanto paraíso turístico detentor de zona de praia de pequeno porte, o Pontal do Atalaia e suas prainhas tornam-se acessíveis por veículos automotores, ciclistas e pedestres, beneficiados pelo acesso ao Condomínio Pontal do Atalaia. No

entanto, para realização de atividades náuticas e ecoturísticas, como o mergulho e passeios de barco, são necessárias que as embarcações saiam de algum ponto para acessar o mar que banha o pontal.

Os recursos do PRODETUR Nacional, ao serem aplicados no município, têm como objetivos a elaboração de projeto de urbanização de orlas, centros históricos e paisagísticos. Inclusa neste, está a modernização do Cais de Atracação da Praia dos Anjos, de onde partem as embarcações que visitam vários pontos da região de Arraial do Cabo, inclusive as Prainhas do Pontal (RIO DE JANEIRO, 2014).

Diante disto, pode-se afirmar que as obras implementadas pela citada política de turismo têm certa influência na dinâmica turística e nas atividades realizadas junto ao paraíso litorâneo de Pontal do Atalaia, suscitando assim práticas de lazer como o batizado de mergulho, mergulho autônomo, mergulho livre (*free dive*) e refuncionalizando as embarcações como áreas de lazer no mar (figura 63).

Figura 63 – embarcação com toboágua em Arraial do Cabo/RJ.



Fonte: EM ARRAIAL, 2020.

Desta forma, as práticas verificadas no mar são fundamentais para suprir algumas limitações existentes na praia no que tange ao turismo em Pontal do Atalaia. Em virtude da pequena quantidade de equipamentos para alimentação e bebidas, é

muito comum que as embarcações se tornem mistos de transporte, lanchonete, bar e parque aquático, fornecendo assim produtos e serviços necessários para uma experiência de celebração mais completa em alto-mar.

Quando o planejamento turístico pauta especificamente a criação ou requalificação de atrativos, pode-se afirmar que existem ao menos dois cenários possíveis. Num primeiro caso, os serviços básicos e a infraestrutura podem ser minimamente aceitáveis e, portanto, não suscitando maiores investimentos. Quanto à segunda possibilidade, essa se constitui nos casos onde a precariedade de serviços básicos e infraestrutura não influenciam na imagem turística do paraíso litorâneo.

No que concerne a Pontal do Atalaia, a primeira possibilidade aparenta ser mais indicada, pois os elementos verificados denotam importante sucessão de ações em busca da restrição de ocupação bem como da patrimonialização dos recursos. Obviamente isto não significa dizer que a infraestrutura local seja satisfatória, mas sim que esta pode não ocasionar grandes questões no que tange à qualidade turística do paraíso litorâneo.

De maneira diferente, Morro de São Paulo adota postura referente à segunda possibilidade, onde os diversos problemas existentes de saneamento, impactos ambientais e ocupações irregulares não afeta diretamente a imagem turística daquela destinação. Logo, como ressaltado anteriormente, torna-se menos dispendioso investir no embelezamento de áreas centrais da localidade e na criação atrativos, como é o caso do mirante do Morro do Farol.

Condições para a existência de atrativos como passeios de barco, atividades de mergulho, contemplação de vida selvagem e marinha, e realização de trilhas denotam ainda outra importante característica que aqui se apresenta como fundante da existência dos paraísos turísticos litorâneos, que é a quantidade de práticas disponíveis aos visitantes.

Acredita-se aqui que quanto maior a variedade de práticas de lazer disponíveis para os turistas – passeios, visitas, esportes náuticos, atrativos naturais, saberes populares, atrativos urbanísticos, vida noturna – maior é a importância do paraíso litorâneo na rede de espaços turísticos em escala nacional. E mencionada interpretação corrobora com os dados e indícios verificados através dos levantamentos realizados nos magazines, no *YouTube* e no *Instagram*.

Bombinhas/SC, como ressaltado anteriormente, se constitui gradualmente como município turístico, possuindo atrativos em toda sua extensão. Isto é ainda mais importante quando as ações ligadas às políticas públicas de turismo se distribuem por todo o território municipal e sobretudo pela área de influência do mesmo.

Após a vigência do PRODETUR Sul, em meados da década de 2010, a Prefeitura Municipal de Bombinhas decide pela aplicação do Plano Municipal de Turismo (PMT), o qual possui como objetivos estratégicos a “Melhoria do Saneamento; Melhorias na Infraestrutura; Proteger o Patrimônio Histórico e Cultural” (CAMPOS *et al*, 2016, p. 13).

Mencionados objetivos – e respectivas ações – se constituem como fundamentais na busca pela resolução dos problemas ainda existentes e da qualidade turística no município. Conforme Campos *et al* (2016), ainda existem casos de despejo irregular de esgoto no mar, ações de remoção de cobertura vegetal e considerável sazonalidade turística. Diante disto, as ações propostas visam reduzir ou mitigar os referidos problemas.

A componente de “Melhoria do Saneamento” tem como foco ações de fornecimento de rede de esgoto para 70% da população, abastecimento de água potável para 100% do município, ampliação da capacidade dos reservatórios e do processo de tratamento em 50%. No que se refere à componente “Melhorias na Infraestrutura”, as prioridades até 2019 eram o recapeamento da SC-712, a construção de outra rodovia junto à costeira de Zimbros e a construção do primeiro hospital do município. A última componente, voltada a “Proteger o Patrimônio Histórico e Cultural”, propõe a restauração de duas construções históricas por ano até 2019, a transformação de uma destas construções em museu e a criação de instituição de apoio à cultura pesqueira (CAMPOS *et al*, 2016).

As ações de saneamento acontecem em virtude de algumas problemáticas verificadas em Bombinhas na década de 2010. Por tratar-se de ambiente peninsular, os recursos hídricos precisam necessariamente passar por diversos processos de tratamento em caso de despejo no oceano. No entanto, segundo o Ministério Público de Santa Catarina (MPSC), entre 2009 e 2014 a qualidade do serviço de abastecimento prestado pela Companhia Catarinense de Águas e Saneamento (CASAN) estava fora dos padrões estabelecidos pelo Ministério da Saúde (MPSC, 2020).

Desta feita, apenas a partir do final de 2016 Bombinhas municipaliza o tratamento e distribuição de água e o sistema de tratamento de esgoto. Ainda assim, cerca de 40% da água é importada de Porto Belo (CAMPOS *et al*, 2016). A ideia das ações é contemplar os bairros mais afastados com rede de esgotamento sanitário e tratar toda a água que chega às torneiras dos domicílios no município.

Conforme dados do Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento (SNIS, 2020), a concessionária Águas de Bombinhas conseguiu efetivar o planejamento de totalizar as ligações de abastecimento de água potável no município, registrando assim 19.769 habitantes atendidos através de 10.367 ligações com serviço.

O mesmo não aconteceu com o percentual de habitantes beneficiados pelo sistema de esgotamento sanitário, o qual apenas beneficia 18,4% da população do município com o total de 710 ligações efetivadas à rede de esgotamento (SNIS, 2020). Mencionado quantitativo indica ser essencial a melhoria das referidas políticas de saneamento básico e ampliação da rede de esgotamento sanitário, sob o risco de ocasionar sérios impactos aos recursos hídricos fluviais, subterrâneos e marinhos na área de influência de Bombinhas.

Em relação às melhorias de infraestrutura, o recapeamento da SC-712 refere-se à Avenida Governador Celso Ramos, que parte do centro de Porto Belo e chega à Bombinhas, a qual foi recentemente recapeada em virtude de obras de saneamento do paraíso litorâneo (BOMBINHAS, 2018).

Já a pavimentação da estrada Porto Belo – Bombinhas via Zimbros, a qual também foi objeto de recursos do PRODETUR Sul, apenas em 2020 recebe novos recursos que visam asfaltar, sinalizar e drenar as obras da via. Ainda assim, por se tratar de obra a ser realizada em APA, pode sofrer novamente com ajuizamento do MPF por necessidade de licenciamento ambiental e sugestão de trajetos alternativos (NCS TOTAL, 2019).

Em relação ao hospital pretendido, não há notícias quanto ao referido equipamento, havendo apenas a instalação de uma Unidade de Pronto Atendimento (UPA) 24h no município (figura 64), acrescida às Unidades Básicas de Saúde (UBS) já existentes. Mencionada ação denota que, mesmo com a instalação da UPA, o paraíso litorâneo necessita de maiores condições de atendimento disponíveis

sobretudo nos períodos de alta estação, quando cresce a demanda com a chegada de vilegiaturistas e turistas.

Figura 64 – UPA 24h de Bombinhas/SC.



Fonte: BOMBINHAS, 2020.

Por último, é importante ressaltar que no âmbito do fortalecimento cultural não houveram mudanças consideráveis, não sendo realizadas quaisquer ações das descritas no PMT. Assim, denota-se que a segmentação do turismo cultural não é prioridade no planejamento local, figurando-se como práticas esporádicas no paraíso turístico litorâneo de Bombinhas.

Acontece que ao realizar um planejamento turístico de cerca de quatro anos recorrendo apenas a recursos municipais, é muito pouco provável que sejam efetivadas grandes mudanças. Haja vista que mesmo com recursos provenientes de bancos internacionais de fomento, nem todas as ações são passíveis de serem materializadas, pois dependem de fatores que estão para além das demandas municipais.

O que acontece em Bombinhas é um claro reflexo do que foi ressaltado anteriormente quanto à morosidade das políticas de turismo no Brasil, e neste caso em relação a questões de ordem ambiental e financeira. E aí reside importante

consideração quanto aos paraísos litorâneos, a qual se refere à necessidade de compreender não somente a atividade turística como um conjunto de atividades e práticas diversas associadas à viagem, mas também as políticas de turismo como uma associação de ações com vista a requalificar a realidade dos espaços que recebem fluxos turísticos.

Muito do que aqui foi falado em relação ao planejamento turístico está inextricavelmente relacionado ao embelezamento local e condições de acesso aos paraísos litorâneos brasileiros. Entretanto, é fundamental a compreensão quanto ao clichê há muito repetido por inúmeros autores e reproduzido por outros em relação à qualidade de vida voltada aos residentes e, conseqüentemente, percebida pelos turistas.

Não é de se estranhar que nas destinações onde se verificam grandes modificações de cunho infraestrutural e praticamente nenhuma ação de requalificação estrutural de inclusão da população na atividade turística, muito pouco ou nada se verifica de avanço na qualidade de vida dos residentes. Aqui poderíamos citar inúmeros exemplos nos quais o espaço turístico foi pensado em detrimento do espaço do cotidiano dos habitantes.

É inegável que investimentos aplicados na melhoria de saneamento, proteção ambiental, pavimentação viária, criação de terminais marítimos e aeroportuários sejam importantes, sobretudo quando as municipalidades não conseguem fornecer o aporte financeiro necessário para resolução destas problemáticas. No entanto, é bastante curioso que as políticas de turismo, desde o PRODETUR-NE I, sirvam mais como muletas de apoio aos cofres públicos municipais sem essencialmente resolver as problemáticas capazes de afetar as experiências turísticas particulares a cada paraíso litorâneo. E diante desta constatação, corroborase com Coriolano (2006), quando esta afirma haver uma reificação do planejamento turístico.

Ao citar a costumaz superestimação das ações de planificação dos territórios turísticos, a autora ressalta serem muito comuns a criação de expectativas positivas que geralmente não são atendidas (CORIOLANO, 2006). E isto acontece através dos discursos, dos objetivos propostos, dos anseios dos residentes e da imagética inserida nas imagens.

O que acontece na prática é que as políticas de turismo são instrumentos bastante eficazes na utilização de discursos para induzir a criação de signos aos lugares e, assim sendo, são ótimas maneiras de incrementar as imagens turísticas e requalificar alguns aspectos da realidade sem efetivamente resolver problemas sociais e questões ambientais pré-existentes.

O fortalecimento das imagens das destinações é o foco, ainda que estas não sejam condizentes com os aspectos da realidade verificada. Aliás, isto é tão imprescindível no que tange aos paraísos litorâneos que é o motivo primário da valorização turística destes, realizada sem grandes interferências estatais durante o último quartel do século XX.

Afirma-se assim, em concordância com Hall (2001), que os êxitos turísticos já alcançados pelos paraísos litorâneos se devem essencialmente por suas imagens produzidas e popularizadas, não cabendo ao planejamento turístico a conquista de soluções efetivas e transformadoras no que tange à atividade especificamente.

E isto se deve ao fato de que, se o turismo pode ser visto como uma conjunção de diversas atividades, como transportes, indústria, viagens, construção civil, comércio, serviços financeiros, lazer, meio ambiente, eventos e hospedagens, assim devem ser pensadas as ações de planejamento dos territórios turísticos (HALL, 2001). Compreende-se que diante de um setor capaz de impactar – positiva ou negativamente – as vidas de tantas pessoas em tantas partes do mundo, torna-se fundamental analisar os aspectos que permeiam estes territórios a serem planejados na busca de um cenário turístico exitoso.

Conforme cita Bolson (2004), as imagens turísticas são capazes de fazer com que as pessoas sonhem acordadas: turistas com férias e viagens inesquecíveis; poderes públicos com a atração de investimentos, divisas e fluxos de visitantes; residentes com melhores condições de vida, saneamento básico, diversificação do comércio, sistema de saúde, segurança pública, emprego e renda, regularização fundiária e lazer.

Nesta equação de desejos, geralmente são os residentes que deixam os seus para depois, seja para a próxima política de turismo ou para o próximo discurso. Assim, residir no paraíso pode ser interessante na hora de inserir uma foto no *Instagram* utilizando *hashtags* como “#eumoroondevocêpassaférias” ou

“#eumoronoparaíso” – com 45 mil e 5 mil publicações, respectivamente – mas quando verificadas as condições impostas pelas estruturas socioeconômicas e de oportunidades, os paraísos se revelam bem menos repletos de encantos.

Um dos indicadores que podem retratar as condições de vida e condições existentes para a população dos paraísos litorâneos é o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Este trata-se de média a longo prazo de diversos indicadores referentes aos aspectos de renda, saúde e educação, considerando alfabetização, pós-graduação, expectativa de vida e o PIB (PNUD, 2021).

É ainda importante considerar, em relação ao IDH, que este pode ser tratado frente a particularidades de desigualdade socioeconômica, de gênero, de pobreza multidimensional e outros. O referido índice, como cita o nome, faz referências aos níveis de desenvolvimento dos residentes de determinado território, definindo como baixo diante de resultados abaixo de 0,500, médio quando entre 0,500 e 0,799, alto em territórios com resultados entre 0,800 e 0,899 e muito alto quando o índice se encontra igual ou acima de 0,900 (PNUD, 2021). A tabela 4 ressalta este índice em relação aos municípios detentores dos paraísos turísticos estudados.

Tabela 4 – IDH dos paraísos litorâneos brasileiros (1991-2010).

Município	1991	Nível	2000	Nível	2010	Nível
Jijoca de Jericoacoara/CE	0,189	Baixo	0,422	Baixo	0,652	Médio
Maragogi/AL	0,278	Baixo	0,419	Baixo	0,574	Médio
Cairu-BA	0,259	Baixo	0,437	Baixo	0,627	Médio
Arraial do Cabo/RJ	0,513	Médio	0,632	Médio	0,733	Médio
Bombinhas/SC	0,515	Médio	0,661	Médio	0,781	Médio

Fonte: PNUD Brasil; IPEA; FJP, 2020. Elaboração: CASTRO, 2021.

Na década de 1990 é notória a disparidade do índice entre os municípios detentores dos paraísos litorâneos nordestinos frente àqueles das demais regiões.

Isto acontece em virtude das regiões Sudeste e Sul concentrarem considerável parte dos investimentos em infraestrutura, plantas industriais e acentuados processos de urbanização sobretudo no último quartel do século XX.

Este desnível se constitui mediante a densidade de objetos técnicos disponíveis nos respectivos municípios litorâneos, casos de Arraial do Cabo e Bombinhas. No entanto, considerando a abordagem de Santos e Silveira (2011), este período não se define pela sobreposição destes objetos frente aos objetos culturais e naturais, mas sim pela representatividade destes equipamentos na região concentrada do país.

Cabe ressaltar ainda que até a década de 1990 a atividade turística nos paraísos litorâneos nordestinos se constituía por pequenos fluxos de visitantes alocêtricos e por lenta apropriação do solo por investidores. Assim, Jijoca de Jericoacoara/CE, Cairu/BA e Maragogi/AL tratam-se de municípios litorâneos sem grande representatividade econômica e carentes de diversos serviços básicos, apesar das respectivas vilas já apresentarem indícios de relevância turística.

Nos casos de Maragogi e Cairu, há processos históricos que os conferem relativa importância, representados pelas funções de núcleo urbano ligado à produção açucareira do município alagoano de Porto Calvo e núcleo urbano militar baiano ligado à defesa da foz do Rio do Inferno, respectivamente. Tais funções conferiram certa proeminência local às vilas de Isabel e de Morro de São Paulo, o que não durou muito, crescimento que apenas foi retomado com o advento da atividade turística (KASPARY, 2012; VIRGENS, 2010).

É importante pontuar que a partir de 1995 há o incremento das políticas públicas de planejamento do turismo no Nordeste e mesmo que apenas Maragogi tenha recebido recursos do PRODETUR-NE I, os três municípios litorâneos nordestinos chegam aos anos 2000 com IDH muito semelhantes, mesmo que ainda baixos.

Mencionados resultados dão breves indícios de que as ações implementadas neste período não surtiram grandes efeitos no desenvolvimento socioeconômico do município e conseqüentemente do paraíso turístico alagoano, o qual verifica crescimento menor (50,5%) que Jijoca de Jericoacoara (123%) e Cairu (69%).

Quadro semelhante se desenha no decênio seguinte, quando os municípios cearense (54,5%) e baiano (43,5%) são beneficiados com a segunda fase da mencionada política de turismo, enquanto o município alagoano fica de fora por questões financeiras e burocráticas. No entanto, mesmo com a efetividade do PRODETUR-NE II na materialização das ações planejadas, Maragogi verifica crescimento do IDH relativamente próximo aos demais (37%), ainda que não tenha finalizado as ações de saneamento pensadas em 1990.

Logo, para os casos nordestinos, pode-se afirmar que a despeito das possibilidades gestadas pelo planejamento turístico nos paraísos litorâneos, o desenvolvimento dos indicadores de saúde, educação e renda não foi necessariamente impulsionado pelas políticas públicas setoriais. Dito de outra maneira, o planejamento turístico não foi diretamente responsável pela criação de oportunidades ou de desenvolvimento para os residentes dos paraísos litorâneos, ainda que possa ter contribuído para relativo aumento da renda e dos investimentos em saúde.

Tratando dos municípios de Arraial do Cabo e Bombinhas, verificam-se processos históricos bastante particulares diante das respectivas dinâmicas territoriais. Arraial do Cabo, enquanto distrito de Cabo Frio/RJ, teve a instalação da Companhia Nacional Álcalis (CNA), no final dos anos 1950, como marco inicial de integração com o restante do território carioca, posto abrigar um dos maiores complexos industriais da Região dos Lagos. Mencionado processo foi tão importante que suscitou a instalação de escolas, geração de empregos ligados à atividade industrial, portuária e comercial (COSTA, 2018).

Até 1992 Bombinhas era distrito de Porto Belo e atraía, além dos turistas alocêntricos, vilegiaturistas de descendência alemã desejosos por terrenos nesta parcela do litoral catarinense. Provenientes de cidades comerciais e industriais como Itajaí, Joinville, Blumenau e Florianópolis, mencionada dinâmica de ocupação suscitou a gradual instalação de serviços básicos e equipamentos como escolas, postos de saúde, saneamento básico e atividades comerciais para abastecimento das práticas marítimas modernas (HILLESHEIM, 2005).

Somente a partir dos anos 2000 os dois municípios, agora já emancipados, receptam as primeiras políticas de turismo com foco na requalificação infraestrutural, com focos nos aspectos ambientais e logísticos para o caso carioca, enquanto o

município catarinense prioriza as condições de saneamento e de serviços de saúde. Logo, as taxas e o crescimento verificado nos níveis de IDH de Arraial do Cabo (23,2%) e Bombinhas (28,35%) entre 1991 e 2000 não estão diretamente ligados às políticas de turismo, mas sim às atividades do turismo e da vilegiatura que nestes se desenvolveram.

Já entre os anos de 2000 e 2010, as ações de planejamento encetam sobretudo melhores condições dos serviços de saneamento e das condições logísticas ligadas não somente à atividade turística, mas em especial à circulação cotidiana viária e marítima. Quanto ao crescimento do IDH, constatam-se taxas muito semelhantes proporcionadas pelo crescimento da cadeia produtiva do turismo e pela densidade de equipamentos ligados ao setor de saúde (UBS e UPA), saneamento (SES e SAA) e educação.

Desta forma, Arraial do Cabo (16%) e Bombinhas (18,15%) se constituem como destinações nas quais as condições de vida e oportunidades gestadas encontram-se em níveis medianos sobretudo por conta dos contextos de formação econômica e social pré-existentes e das infraestruturas alocadas com as políticas públicas mais recentes. Novamente, as políticas de turismo não têm fator determinante no desenvolvimento socioeconômico dos respectivos municípios, ainda que tenham estabelecido bases para melhoria qualitativa de parte dos serviços básicos.

Outros importantes indicadores referentes ao impacto do planejamento turístico nos territórios beneficiados são os dados de tempo em empregos formais e faixas de remuneração nas atividades características do turismo. Estes revelam os níveis de remuneração e a permanência dos trabalhadores nos empregos formais da cadeia produtiva do turismo, notadamente nos setores de alojamentos, alimentação, serviços de transportes (aéreo, terrestre e aquaviário), aluguel de veículos, agenciamento e entretenimento (IPEA, 2019).

Outra questão relevante a ser ressaltada quanto aos dados disponíveis sobre o mercado de trabalho no setor de turismo é que quando reduzidos aos níveis municipais, mencionados dados possibilitam visualizar dinâmicas fundantes no que tange à realidade dos trabalhadores formais deste setor. A tabela 5 resalta os indicadores em questão.

Tabela 5 – permanência no emprego e faixas salariais no turismo (2013-2019).

Ano	Tempo no emprego	Remuneração (SM)	JIOCA DE JERICOACOARA (CE)	MARAGOGI (AL)	CAIRU (BA)	ARRAIAL DO CABO (RJ)	BOMBINHAS (SC)
2013	Menos de 12 meses	Até 2	421	477	430	218	922
		2,01 a 3,0	10	25	28	39	134
		3,01 a 5,0	2	3	4	3	17
		5,01 ou mais	2	3	2	-	2
	12 a 23 meses	Até 2	140	220	160	82	126
		2,01 a 3,0	3	13	12	8	32
		3,01 a 5,0	-	3	1	-	11
		5,01 ou mais	-	-	1	-	2
	24 a 59 meses	Até 2	148	309	223	93	134
		2,01 a 3,0	7	37	13	8	35
		3,01 a 5,0	4	8	7	4	21
		5,01 ou mais	2	4		1	3
	60 meses ou mais	Até 2	46	184	77	33	48
		2,01 a 3,0	3	54	14	8	24
		3,01 a 5,0	2	23	6	5	24
		5,01 ou mais	1	10		-	6
2019	Menos de 12 meses	Até 2	1.228	642	643	399	1.110
		2,01 a 3,0	70	16	36	25	167
		3,01 a 5,0	15	5	4	2	20
		5,01 ou mais	3	3			5
	12 a 23 meses	Até 2	474	333	300	164	155
		2,01 a 3,0	43	9	18	11	42
		3,01 a 5,0	11	3	6	1	7
		5,01 ou mais	-	2	1	-	3
	24 a 59 meses	Até 2	473	528	393	152	152
		2,01 a 3,0	68	18	31	14	58
		3,01 a 5,0	19	6	7	4	23
		5,01 ou mais	3	3	1	4	4
	60 meses ou mais	Até 2	136	432	145	94	75
		2,01 a 3,0	13	89	42	15	35
		3,01 a 5,0	11	36	7	4	27
		5,01 ou mais	6	12	7	-	8

Fonte: IPEA, 2019. Disponível em: <http://extrator.ipea.gov.br/>. Elaboração: CASTRO, 2021

Considerando os dados acima expostos, ganham notoriedade as afirmações já consideradas clássicas sobre a sazonalidade turística e a precariedade dos postos de trabalho gerados pela referida atividade. Em todas as faixas de tempo de permanência no emprego em Atividades Características do Turismo (ACT), o maior contingente de trabalhadores formalmente contratados recebe menos de dois salários

mínimos mensalmente, o que pode significar, em 2013 e 2019, até R\$ 1.356,00 e R\$ 1.996,00, respectivamente.

Cabe ressaltar que, em geral, as médias salariais praticadas no setor de turismo são relativamente baixas e inclusive têm considerável variação por regiões, como poderá ser verificado mais à frente. É ainda mister entender que há considerável informalidade nos postos de trabalho ligados às ACT, o que compreende diversas funções que recebem ainda menos que o verificado nos dados expostos e possuem vínculos muito mais frágeis que as formalizadas.

É ainda notável o quantitativo de trabalhadores e trabalhadoras ligados às ACT que passam menos de 12 meses nos respectivos postos de trabalho, denotando assim a considerável sazonalidade existente mesmo nos paraísos litorâneos, notadamente em virtude das estações turísticas de final – início e meio do ano.

No caso de Jijoca de Jericoacora, em 2013, 53,2% do total de trabalhadores do turismo que ganhavam menos de dois salários mínimos passaram menos de um ano nos respectivos postos de trabalho. Em 2019 este número verifica pequena queda, representando 47,7% do total, o que ainda assim realça a sazonalidade existente bem como a pequena vigência dos postos de trabalho existentes no paraíso turístico do município.

Maragogi, em virtude da proximidade com as metrópoles de Recife e Maceió, bem como das condições logísticas existentes, possui 34,7% dos trabalhadores do referido setor sendo remunerados com menos de dois salários mínimos e empregados por menos de um ano, em 2013. Já em 2019 este número cai para 30% do total de empregados no setor. O município baiano de Cairu também constata dinâmica semelhante em relação a estes empregados, os quais representam 43,9% em 2013 e 39,2% em 2019.

Arraial do Cabo, ao contrário, verifica aumento na porcentagem de trabalhadores sazonais que recebem menos de dois salários mínimos, posto estes serem 43,4% em 2013 e 44,9% em 2019. Enquanto Bombinhas, ressaltada aqui como cidade eminentemente turística, possui considerável constância nos quantitativos de trabalhadores formais (1.541 em 2013 e 1.891 em 2019) e também representa os maiores níveis de sazonalidade dentre os empregados que receberam até dois salários mínimos, os quais são 59,8% em 2013 e 58,7% em 2019.

É assim considerável a sazonalidade dos postos de trabalho das ACT mesmo diante da formalização de contratos e da importância turística adquirida pelos respectivos paraísos litorâneos brasileiros. Ainda é válido ressaltar que em casos como o de Arraial do Cabo a importância turística não representa necessariamente a geração de postos de trabalho, os quais em 2013 totalizam 502 trabalhadores formais e, em 2019, chegam a 889 empregados em ACT, número equiparável a municípios bem menos relevantes no mercado turístico.

Necessário considerar ainda que em relação aos trabalhadores que passam períodos maiores nos respectivos postos de trabalho, prevalecem em número aqueles que recebem até dois salários mínimos, contudo em quantitativos bem menores que aqueles que permanecem empregados por menos de um ano. Desta feita, há que se verificar a média salarial de cada município para compreender a evolução da renda em cada um destes, o que é feito na tabela 6.

Tabela 6 – remuneração média de empregados de ACT por município.

Ano de referência	Nordeste			Sudeste	Sul
	JIJOCA DE JERICOACOARA (CE)	MARAGOGI (AL)	CAIRU (BA)	ARRAIAL DO CABO (RJ)	BOMBINHAS (SC)
2013	830,51	994,95	904,22	1.010,93	1.189,98
2019	1.152,70	1.400,74	1.392,75	1.414,03	1.786,72

Fonte: IPEA, 2019. Disponível em: <http://extrator.ipea.gov.br/>. Elaboração: CASTRO, 2021

Ao analisar, em 2016, os valores médios de remuneração dos trabalhadores das ACT, Castro (2016) constatou importante diferença entre os salários praticados pelo mencionado setor nas diferentes regiões do país. Naquele ano, os dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apenas cobriam os anos de 2012 e 2013, não oferecendo grandes contribuições quanto ao cenário dos empregados do setor de turismo.

Diante dos dados disponíveis, que agora compreendem até o ano de 2019 e correspondem a nível municipal, verifica-se que apesar das semelhanças entre os referidos paraísos litorâneos, há considerável diferença de média salarial entre cada um destes. Em 2013, o município com a menor média salarial é Jijoca de Jericoacoara, com R\$ 830,00. Mencionado dado torna-se ainda mais relevante diante da constatação dos demais casos nordestinos, Cairu (R\$ 904,22) e Maragogi (R\$ 994,95).

Em seguida aparecem Arraial do Cabo, com média de remuneração de R\$ 1.010,93, e Bombinhas, onde a média salarial é de R\$ 1.189,98. Tais médias denotam características sobre o mercado de trabalho nos paraísos litorâneos brasileiros, casos da qualificação profissional e do exército de reserva. Os mapas 8 e 9 espacializam as médias salariais nos anos de 2013 e 2019.

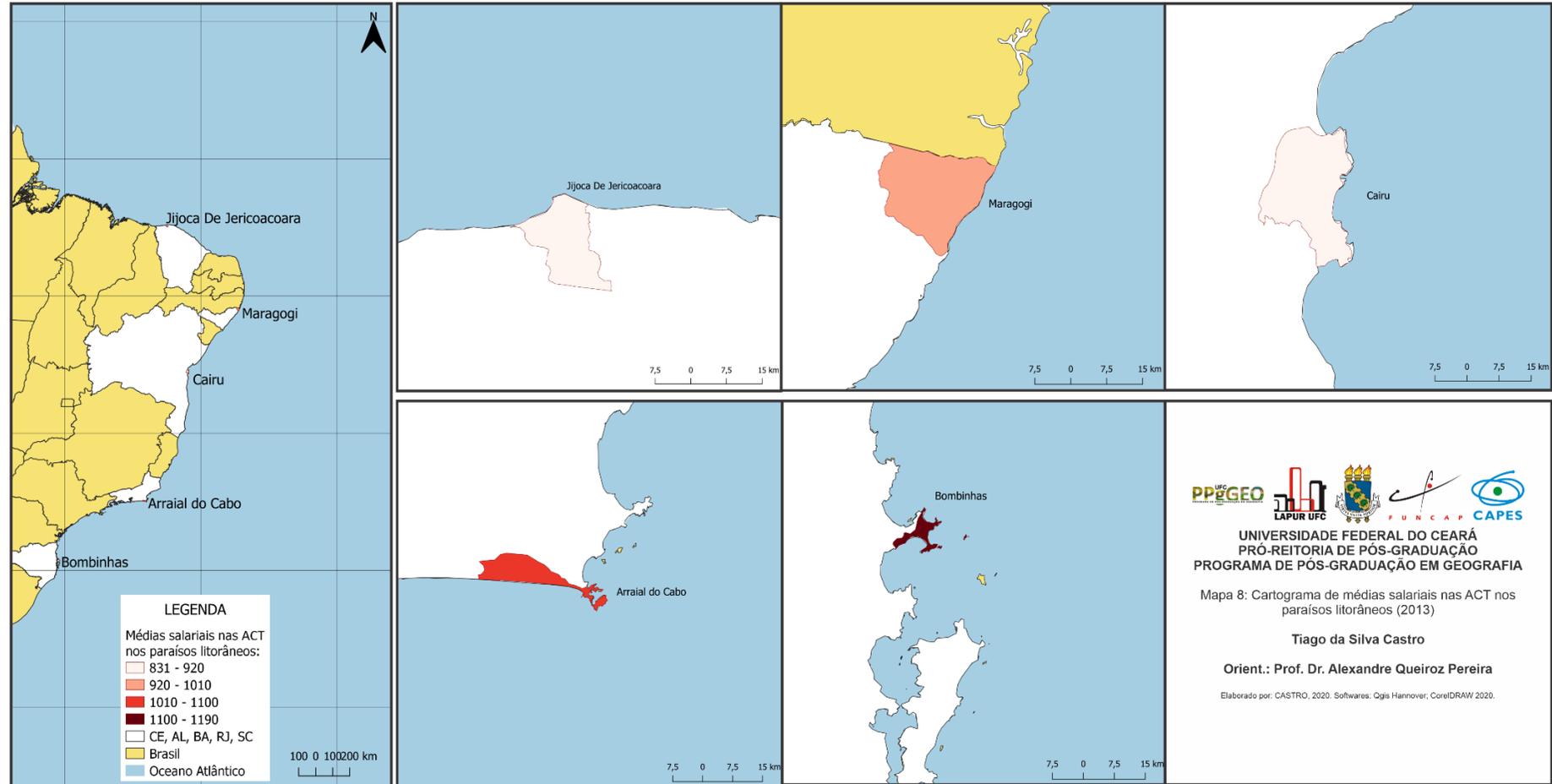
Inicialmente cabe ressaltar que o fato de as políticas de turismo incidentes sobre a região Nordeste terem enfoque sobre a qualificação profissional no setor e na criação de consenso geral para recepção do turista deixa clara a disparidade entre a capacitação da mão-de-obra presente nesta região. Assim, é compreensível que as fases do PRODETUR-NE e o PRODETUR Nacional tivessem atuação na busca pela criação de excelência nos serviços em turismo.

Diante da espacialização da atividade turística, tornou-se muito comum que as zonas de praia tenham, de maneiras cada vez mais numerosas, contingentes populacionais dissociados das atividades de extrativismo e subsistência, possuindo cada vez menos pescadores, marisqueiros, agricultores e coletores. Isto gradualmente cria um exército de reserva disponível capaz de ocasionar o rebaixamento dos salários, informalizar vínculos trabalhistas, submeter trabalhadores a situações bastante precárias.

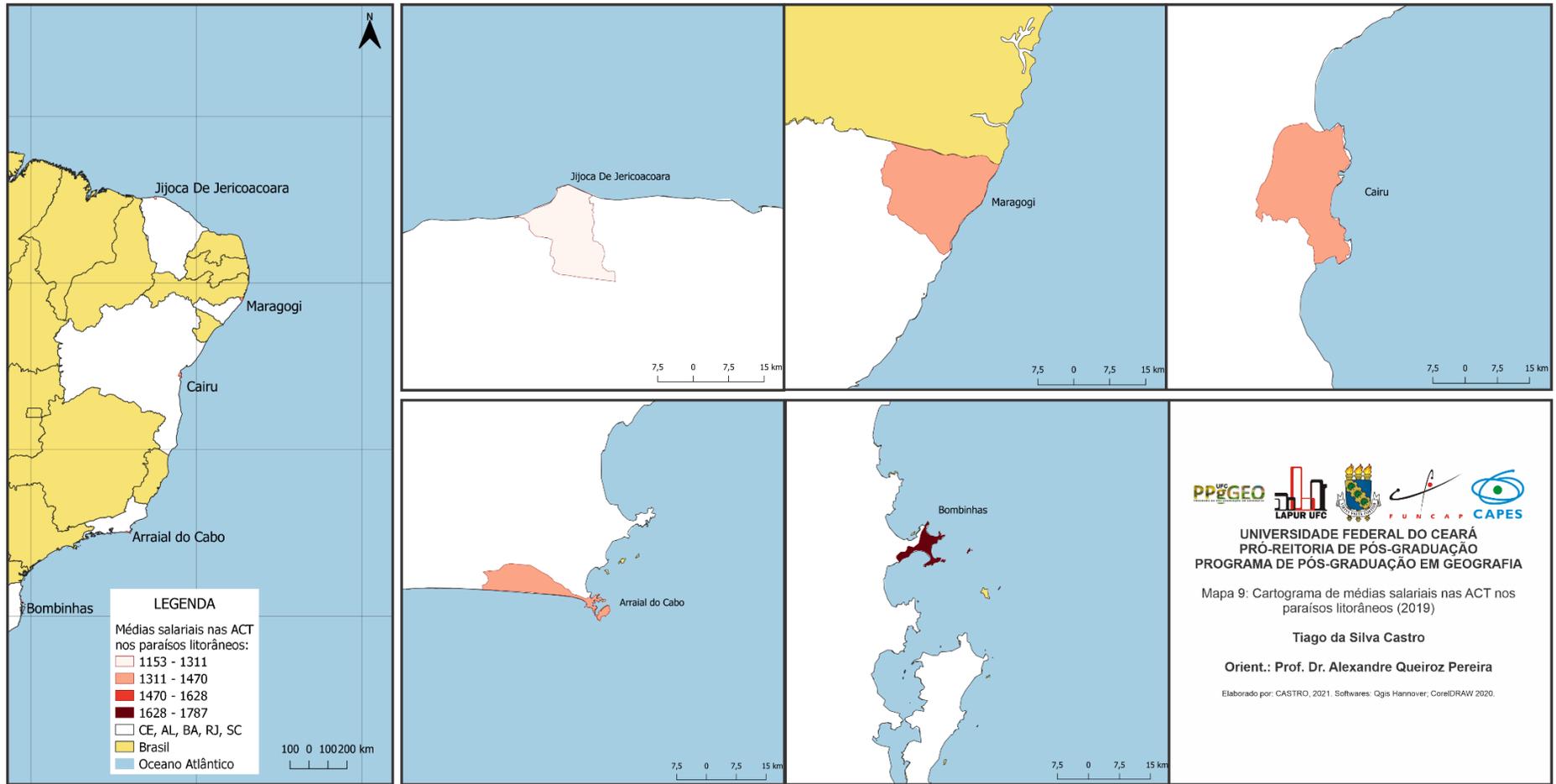
Com o advento da qualificação profissional operacionalizada pelas políticas de turismo no Nordeste, e sobretudo em virtude da atualização dos valores referentes à inflação, há gradual aumento das médias salariais existentes na região. Isto, no entanto, não proporciona uma superação das médias salariais praticadas nos paraísos litorâneos das regiões Sul e Sudeste.

Ainda assim, em 2019 verifica-se considerável aproximação entre as médias salariais praticadas nos municípios de Cairu/BA, Maragogi/AL e Arraial do Cabo/RJ, variando apenas R\$ 21,28 entre a maior e a menor média salarial. Na ponta de baixo está Jijoca de Jericoacoara/CE, o qual constata aumento das médias de remuneração, mas não acompanha a evolução salarial de Cairu/BA.

Mapa 8 – cartograma de médias salariais nas ACT nos paraísos litorâneos (2013).



Mapa 9 – cartograma de médias salariais nas ACT nos paraísos litorâneos (2019).



Jericoacoara verifica assim dinâmica de possuir o maior contingente de mão-de-obra formalizada (2.573) com a pior média salarial dentre os paraísos turísticos aqui estudados.

Já Bombinhas/SC mantém-se na liderança em 2019, apresentando média de remuneração de R\$ 1.786,72 com o terceiro maior contingente de trabalhadores ligados às ACT (1.891) dentre os cinco casos abordados. É importante destacar que para o caso catarinense, o processo de formação socioeconômica e os fluxos turísticos de caráter nacional e internacional demandam qualificação profissional no atendimento e prestação de serviços turísticos.

É fundamental destacar, diante dos respectivos dados e análises, que o que se vê nos casos dos paraísos turísticos litorâneos é reflexo do mercado de trabalho turístico em geral: o grande quantitativo de empregados com remunerações inferiores a dois salários mínimos é decisivo para que as médias salariais sejam tão baixas no geral. Para se ter uma ideia, a média salarial no setor de turismo no país é de R\$ 1.808,86, o que não chega sequer próximo da faixa salarial de três salários mínimos.

Mencionadas médias salariais associadas à curta permanência nos postos de trabalho e à predominância de faixas salariais abaixo de dois salários mínimos denotam que apesar da propagação das imagens turísticas, dos vultosos fluxos polarizados e das modificações implementadas pela atividade turística, os paraísos turísticos litorâneos não possuem a mesma representatividade para as classes trabalhadoras, representando assim uma espécie de purgatório turístico.

Constata-se assim, após abordar a formação das imagens dos paraísos litorâneos, as características fundantes de cada uma destas e as dinâmicas de turistificação específicas das destinações litorâneas, que há considerável seletividade dos elementos presentes nas imagens turísticas. Referida seletividade se constitui em função de elementos não atrativos nas realidades dos paraísos litorâneos, casos dos impactos ambientais, da insuficiência dos serviços básicos, da existência de áreas de menor padrão estético, obras não finalizadas e outras possibilidades.

Na busca por compreender a essência das imagens turísticas, foram abordadas as características fundamentais destas e as funções da imagética nos processos de turistificação, nas dinâmicas de visitação e na elaboração do

planejamento setorial. Entende-se aqui que os paraísos litorâneos têm nas imagens turísticas seus elos mais importantes de ligação com os fluxos de visitantes.

Mencionados signos e a imagéticas inclusas influenciam, até a atualidade, milhares de mentes a imaginar-se diante das praias e atrativos naturais das respectivas destinações. Não à toa é muito comum que os viajantes sejam interpelados sobre nunca terem visitado algum dos paraísos turísticos como Jeri, Morro de SP, Maragogi, Pontal do Atalaia ou Bombinhas.

No entanto, não se pode negar que a imagem turística não sofra considerável influência, sobretudo ao longo das últimas duas décadas, de todo o processo de turistificação e popularização dos paraísos litorâneos. É desta maneira que se formatam as mudanças de enfoque, os atrativos ressaltados, as paisagens instagramáveis, os cartões postais mais adequados às preferências da sociedade em geral.

Há também o mais recente cenário onde as imagens turísticas passam a representar motivadoras e objetivos da inserção de políticas públicas setoriais nos paraísos litorâneos. Enquanto motivadoras, as imagens turísticas são incorporadas aos discursos na busca por legitimar as ações a serem realizadas, e enquanto objetivos, os símbolos dos paraísos litorâneos devem ser constantemente almejados pelos planejadores, pelos empreendedores, pela sociedade local e, em alguns casos, pelos turistas.

Assim, o planejamento turístico busca justificar mudanças com o uso de discursos e imagética, os quais enaltecem constantemente o êxito das destinações ao passo que demandam ações em busca de futuro êxito ainda maior. Quando unidas das imagens e das dinâmicas de turistificação autônomas dos paraísos litorâneos, as políticas públicas ganham ainda mais força enquanto ferramentas capazes de proporcionar a criação do exemplar mais próspero de destinação turística.

O que acontece de fato é que o planejamento turístico tem se tornado uma forma de suplementar infraestruturas básicas, requalificar a força de trabalho, urbanizar o território turístico, criar e reinventar atrativos, criar instrumentos de gestão ambiental, fortalecer as marcas e os produtos turísticos. Contudo, este processo de planejamento deveria, inicialmente, levar em consideração as particularidades

presentes nas destinações, assim como os elementos que os tornam singulares frente às demais destinações.

Outro fator a ser ponderado, conforme a *Fundacion Punta de Lobos* (FPL, 2019) em estudo sobre os motivos do declínio turístico de destinações, é que nos casos onde as condições ambientais ainda são consideravelmente abundantes e atrativas aos fluxos turísticos, o planejamento deve considerar outros caminhos que estão para além do quarteto infraestrutura – meio ambiente – qualificação profissional – publicidade.

Mencionadas componentes são claramente importantes, mas não devem depender somente do planejamento turístico e beneficiar unicamente esta atividade. É primordial que as políticas de turismo se apropriem das imagens não apenas como ferramentas de legitimação das ações, mas sobretudo como molde a ser seguido, ainda que modernizado afim de adequar-se aos padrões de preservação e desenvolvimento.

Ainda, para além de suscitar requalificações e atração de investimentos, as políticas de turismo devem atuar também ferramentas capazes de interromper processos potencialmente prejudiciais aos elementos definidores do espaço turístico, sobretudo em relação às singularidades dos paraísos litorâneos (FPL, 2019). Desta forma, as políticas de turismo no Brasil devem, diante da constante busca pela dinamização turística no litoral, ser o cerne não apenas de recursos voltados a diversas frentes, mas também de diretrizes de recusa a projetos inadequados à cada realidade.

Afinal, os paraísos litorâneos turísticos já estão postos. Postos nos escritos religiosos, nos relatos de viagem, nos desejos dos navegantes e nas palavras dos escritores românticos. Estão presentes ainda na busca por aventura dos *frontier travellers*, no espírito dos peregrinos e na almejada paz dos *hippies* e surfistas. Eles são relatados na bibliografia acadêmica e *blogs* de viagem, estão visíveis nas fotos das revistas de viagem, ganham movimento nos vídeos dos *influencers* do *YouTube* e alimentam os bancos de dados de redes sociais como o *Instagram*.

Citados espaços turísticos estão ainda presentes no planejamento turístico, onde suscitam readequação de ações, sobreposição de políticas, discursos sobre vocação turística e uso de imagens legitimadoras de esforços estatais e privados.

Estas destinações não se constituem apenas por praia, mar e hospedagens, pois possuem e denotam um conjunto de significados capazes de evocar sentimentos que vão além do desejo de viajar, mas de sentir, de estar no paraíso turístico, de presenciar através dos cinco sentidos o que é visitar um paraíso da modernidade.

Agora, acredita-se, é possível defini-lo de maneira efetiva e compreender o termo para além de seu uso mercadológico e publicitário. O paraíso turístico trata-se de espaço litorâneo onde os aspectos naturais marinhos e/ou terrestres revestem-se de considerável exuberância e passam por processos de patrimonialização, fazendo claras referências ao jardim primordial.

Nestas destinações a turistificação é iniciada de maneira autônoma por viajantes alocêntricos, em função das consideráveis distâncias dos centros urbanos. Em geral, receptam ações de planejamento décadas após a dinamização da atividade, objetivando atrair maiores fluxos e investimentos. Mesmo diante de condições de fluidez, o aspecto de aventura é incorporado aos trajetos, levando a orlas horizontais ou verticais baixas em formato de manchas ou linhas isoladas por conta dos patrimônios naturais ou sítio urbano.

Por suas excepcionalidades, os paraísos turísticos têm dinâmica associada à forte participação de fluxos nacionais e estrangeiros, apresentando taxas superiores às médias regional ou nacional e posicionando-se entre as duas ou três principais destinações turísticas dos respectivos estados. Desta forma, possuem economia e função urbana fortemente ligadas à atividade turística, a qual passa a ser incorporada como marca daquelas destinações.

Geralmente os paraísos turísticos chegam à consolidação em cinco décadas após a chegada dos visitantes alocêntricos, notadamente mais próximos de um espectro psicocêntrico e em função de segmentações como o turismo de sol e praia, o ecoturismo e o turismo cultural. Já as imagens denotam a importância das paisagens e dos atrativos como recursos de acesso restrito, ainda que este tenha sido democratizado nos últimos anos.

Conclui-se então que o paraíso turístico se constitui a partir de condições muito específicas e sob presença de dinâmicas relativamente bem delimitadas, as quais conformam, mediante existência de uma primeira natureza, um significado, algumas imagens e uma função muito bem estabelecida. Estes elementos

gradualmente impulsionam ações autônomas e processos de popularização, territorialização, urbanização e planejamento.

É ainda fundamental entender que as formas urbanas impelidas pelas imagens turísticas dos paraísos litorâneos são notadamente representativas dos elementos denotadores destas imagens – acesso, morfologia, natureza, mercado – e das especificidades da paisagem e dos planejamentos turísticos e urbanos e que as permeiam.

Desta maneira, é inviável ressaltar que os processos de formação de metrópoles turísticas, destinações metropolitanas, centros urbanos comerciais litorâneos e paraísos turísticos litorâneos sejam idênticos. Da mesma maneira, cada uma destas formas urbanas e respectivas redes também não são semelhantes em virtude das condicionantes e ações que as constituíram.

Ressalta-se ainda a capacidade destas destinações em atrair ações de planejamento às escalas locais e regionais, buscando um estágio de eficácia na prestação de serviços urbanos e de atrativos turísticos. No entanto, o êxito turístico destas destinações revela duas realidades importante e inegáveis referentes às condições de vida dos residentes e à mão-de-obra do setor.

Ao passo em que o crescimento do turismo – mas não somente – é importante na melhoria das condições de desenvolvimento humano verificado nos paraísos litorâneos, este êxito no setor não envolve de maneira diretamente proporcional a mão-de-obra, constituindo, em alguns casos, relativo aumento das médias salariais juntamente à instabilidade dos postos de trabalho.

7 CONCLUSÕES

"Se houvesse no mundo um grande número de pessoas que desejassem mais a própria felicidade que a infelicidade alheia, nós teríamos o paraíso em poucos anos"

Bertrand Russel

É bastante recorrente que as pesquisas científicas relacionadas à atividade turística tenham enfoques sobre o planejamento setorial, comumente ressaltando erros de percurso, limitações das medidas implementadas, incoerência de objetivos e impactos socioambientais ocasionados pela alocação de infraestrutura urbana e turística.

É também bastante comum que ao tratar das destinações distantes e com considerável êxito turístico, diversos autores e autoras façam referência à existência de um paradisíaco turístico sem indicar uma base conceitual na qual o termo possa significar uma especificidade dentro da multiplicidade de dinâmicas territoriais litorâneas.

Metrópoles, regiões metropolitanas, cidades médias e regiões turísticas se constituem como categorias de análise em virtude das discussões e análises realizadas nos últimos anos à guisa de conceder-lhes embasamentos teóricos e empíricos. Não se trata de, no entanto, elaborar dogmas socioespaciais sobre como e onde se realizam os processos de uso e ocupação do espaço geográfico.

Mencionados conceitos, em virtude do aprofundamento de suas discussões e das dinâmicas que apreendem, tornaram-se basilares em toda e qualquer discussão sobre as temáticas afins. Não erroneamente, pode-se afirmar que é impossível discutir o urbano sem compreender a dinâmica metropolitana que permeia este.

Também não é possível analisar a zona costeira de determinada região sem compreender a gama de processos de uso e ocupação existentes nesta parcela do espaço. Funções portuárias, intensos processos de urbanização litorânea, balneários de veraneio e turismo, áreas de proteção ambiental, fazendas de carcinicultura, produção de energia eólica, comunidades tradicionais e paraísos litorâneos são apenas algumas das funções assumidas pelo litoral na história recente.

Diante disto, após as análises aqui empreendidas, citar a existência de paraísos litorâneos turísticos torna-se bem mais compreensível diante da escala global, inclusive no que tange aos significados, dinâmicas e processos de configuraram a categoria aqui proposta. E mencionada proposição se reveste de importância pois, como visto, os paraísos litorâneos turísticos possuem dinâmicas de criação e popularização bastante peculiares, que partem das ações autônomas dos pelos mochileiros, aventureiros, *hippies*, surfistas e pescadores esportivos e desembocam em tímidos relatos de viagem.

Existem algumas garantias de que tais histórias não possuíam a mesma velocidade de profusão e as mesmas possibilidades de alcance das técnicas modernas, o que confere alguma razão em pensar que a popularização de certas praias no Sudeste Asiático e nos arquipélagos da Oceania deva possuir razões místicas.

Talvez a mística esteja na busca pelo exótico, pela total diferenciação daquilo que é padronizado nos moldes ocidentais e urbanos. Isso é tão importante – e tão ativado pela imagética – que impera o uso de filtros amarelados e cores saturadas em séries e filmes, de *B-rolls* em vídeos publicitários, de paisagens que negam as práticas humanas junto à praia.

E talvez a mística esteja ainda mais presente na ligação dos discursos religiosos sobre a existência de um paraíso terreal e nos presentes das divindades aos homens e mulheres. O mar que se vê como ferramenta da fúria divina é o mesmo que conduziu as embarcações que espoliaram ouro e prata da Américas, que concede toneladas de pescado à sociedade asiática e que propicia o tão esperado descanso à beira-mar.

Os litorais pantanosos de outrora são aqueles que atualmente produzem – ou são forçados a produzir – camarões em cativeiro, de maneira semelhante as dunas que viajavam ao sabor dos ventos atualmente são bases para geradores eólicos. Não é estranho que a paisagem litorânea suscitasse, em determinado momento e sob as influências aqui ressaltadas, a apropriação de diversos valores eternos.

E ao incorporá-los aos significados da praia, possivelmente existam poucos termos e localizações que consigam melhor definir a paisagem litorânea como o paraíso. Este, de acordo com as visões religiosas, compreende não apenas a

salvação, como também merecimento, saúde, felicidade, liberdade, segurança, paz e descanso eterno.

Conforme mencionadas visões são transmitidas e modificadas por outras religiões, o ideal de paraíso ganha conotações mais terrenas, onde riqueza, abundância de recursos naturais e possibilidade de inspiração ganham mais relevância, ao passo que o paraíso deixa o plano espiritual e passa a posicionar-se nas ínsulas.

Gradualmente, os ideais de autoconhecimento, inspiração e ócio são agregados ao paraíso, em virtude de sua mais recente representação: a praia. Esta, conforme análise de autores aqui denotados, possui mais significados contribuintes que apenas a de espacialidade de contato entre ambientes terrestres e marinhos.

Representou também terra prometida, local de autoconhecimento, localização de preciosidades, espaço de fuga dos desígnios da sociedade urbana, espaços privilegiados paisagisticamente e destinações turísticas singulares. Ora, diante de múltiplos olhares e do avanço do conhecimento empírico de mundo, há de se imaginar que sejam constituídos significados também múltiplos da interpretação do que significa o paraíso.

Compreende-se ainda que o processo de secularização tornou este mencionado paraíso cada vez mais palpável, mais real, mais distante da perfeição mítica e mais inserido em recortes compreensíveis. E diante disto, o paraíso passa a representar cada vez menos algo delimitado divinamente, repleto de condições que fazem bem especificamente aos homens.

Agora representado por um paraíso que, em verdade, não importa muito quem ou o que o concebeu, as zonas de praia são gradualmente exploradas, ocupadas e relatadas por turistas desejosos por explorar novas paragens. Isto configura um movimento que pouquíssimas vezes é relatado na bibliografia temática do turismo. E quando mencionado, aparece de maneira muito breve, mas possui importância fundamental na constituição dos paraísos litorâneos.

Estes visitantes alocêntricos, diferentemente dos fluxos turísticos de massa, não buscam somente a viagem como forma de reprodução ou divertimento. Estes são gradualmente encaixados num perfil de contracultura e tomam a viagem como modo de vida e distanciamento do modo de produção vigente e de sua

representação material mais considerável, a sociedade urbana. Assim, mochileiros, surfistas, pescadores e *hippies* tornam-se, a despeito de relatos superficiais sobre estes agentes, fundamentais na produção dos paraísos da modernidade.

Neste contexto se inserem balneários e vilas como Jericoacoara/CE, Pipa/RN, Carneiros/PE, Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA, Itaúnas/ES, Pontal do Atalaia/RJ, Ilhabela/SP e Bombinhas/SC. Há ainda uma série de destinações que se encaixam no respectivo termo, havendo possibilidades para muitas outras em virtude da extensão do litoral brasileiro e das diferenças socioeconômicas existentes no território nacional.

Daqui há alguns anos ainda serão muito comuns matérias em *sites*, jornais, *YouTube* e mesmo em revistas de viagem citando a (re)descoberta de algum vilarejo litorâneo que se mostra promissor diante do mercado turístico. Desta forma, mesmo espaços que atualmente não demonstram considerável dinâmica turística podem futuramente tornar-se paraísos litorâneos diante da reunião de condições para tal e de um olhar turístico romântico.

E mencionados elementos, como ressaltado, não possuem dinâmicas isoladas nas escalas locais, mas possuem consideráveis influências entre si e que perpassam as escalas regionais, nacional e global. As condições logísticas existentes no estado do Rio de Janeiro propiciam a atração de visitantes de diversos continentes, assim como a expansão do imobiliário turístico de Morro de São Paulo denota importante apropriação fundiária por empresas notadamente externas ao citado paraíso litorâneo.

Pode-se afirmar que as características ressaltadas nos paraísos litorâneos são resultado da produção dos espaços turísticos por agentes de turistificação notadamente autônomos e acontecem, inicialmente, a partir de subjetividades e visões de mundo muito específicas. Posteriormente abrem-se novas formas de ver – coletivamente – e produzir tais destinações, com enfoque nos investimentos turísticos, na urbanização litorânea, na integração ao mercado global, ao planejamento estatal e, finalmente, ao estabelecimento de redes de espaços turísticos frente à ideia de região turística funcional.

Diante do exposto, acredita-se haver considerável diferença entre os processos de produção e refuncionalização do espaço litorâneo, para além dos termos

de uma reestruturação produtiva do território, entre balneários de turistificação massiva e paraísos litorâneos. Diferenças estas que possuem influência da paisagem geográfica, das relações de poder estabelecidas pelas imagens turísticas, e do planejamento territorial associado às características locais

Enquanto processos, configuram-se por maneiras completamente diferentes e por distintos agentes de turistificação, conformando estruturas que denotam caráter moderno ou pitoresco aos objetos espaciais e às temporalidades existentes naquelas destinações. A função de ambos é inicialmente turística, o que, no entanto, pode ser denotado por formas de caráter mais artificial e genérico – ou mesmo por não-lugares – ou por uma primeira natureza, alocêntrica e capaz de evocar sentimentos e desejos ao primeiro olhar.

Pontal do Atalaia/RJ dificilmente se tornará algo próximo à Santos/SP, assim como Bombinhas/SC não deve se espelhar em Torres/RS, pois os conteúdos e as relações socioespaciais nestes são completamente diferentes e denotam processos distintos. Um punhado de turistas consegue conformar e popularizar gradualmente um vilarejo, mas não possui a mesma capacidade de um empreendimento turístico imobiliário em polarizar outros empreendimentos de médio e grande porte.

As velocidades mostram-se diferentes, ao passo que os elementos e características modificam-se também de diferentes maneiras e ainda é necessário compreender que disparidade da gama de serviços e possibilidades que se conformam num e noutro tipo de destinação turística. É desta maneira que o planejamento turístico num paraíso litorâneo deve considerar as potencialidades existentes e, inclusive ter autonomia para barrar projetos que não tenham ligação com as características locais, mantendo assim as singularidades que tornam estas destinações únicas num espaço costeiro de 8,6 mil quilômetros de extensão.

O paraíso litorâneo turístico existe, mas como outros importantes recursos, ele não pode ser produzido artificialmente, não aceita demandas unicamente humanas e não torna natural dinâmicas completamente artificiais e descoladas dos conteúdos locais. O paraíso até recepta práticas provenientes de outras realidades, mas imprime suas condições mediante permanência como tal ou não existência.

Acontece que aqui não são os escolhidos que são expulsos do paraíso. Existem, na bibliografia sobre o tema, alguns bons exemplos de como a aura paradisíaca abandonou determinadas destinações, em virtude de pecados cometidos em relação ao planejamento territorial, uso e ocupação do solo. Os diagnósticos se impõem como lição e repetir os mesmos erros significa perder, gradualmente, as possibilidades de acesso aos paraísos litorâneos turísticos da modernidade.

REFERÊNCIAS

- A história do Youtube, a maior plataforma de vídeos do mundo. **TECMUNDO**, 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>. Acesso em: 30 abr. 2020.
- About us. **OUTSIDE**, 2020. Disponível em: <https://www.outsideonline.com/about>. Acesso em: 14 jan. 2020.
- Aeroportos. **INFRAERO**, 2021. Disponível em: <https://www4.infraero.gov.br/aeroportos/>. Acesso em: 22 jan. 2021.
- Aeroportos. **SOCICAM**, 2017. Disponível em: <https://www.socicam.com.br/aeroportos/?la=br>. Acesso em: 22 jan. 2021.
- AHMED, Zaffar Uddin. **Determinants of the components of a state's tourist image and their marketing implications**. 1988, 236 f. Doctorate Thesis – David Eccles School of Business, Utah State University, Logan/UT, 1988.
- ALMEIDA, Diana. **A programação neurolinguística e o marketing pessoal: efeitos na comunicação**. 2013, 100 f. Dissertação de Mestrado – Escola Superior de Tecnologias e Gestão, Instituto Politécnico da Guarda, Guarda, 2013.
- ALMEIDA, Deyse de Oliveira. **Turismo de aventura: enclaves, benesses e oportunidades para a praia de Pipa, Tibau do Sul/RN, sob o olhar do secretário de turismo do município**. 2013. 70 f. Monografia de Graduação – Curso de Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013.
- ANDRADE, Bruna Laura; MOTA, Dambergh; FERREIRA, Hanuzia Pereira; PERINOTTO, André Riani. As mídias sociais e os influenciadores digitais na promoção de destinos turísticos. In: **Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, Juiz de Fora, v. 8, n. 2, pp. 32–42, Mai/Ago., 2018.
- AOQUI, Cássio. **Desenvolvimento do segmento backpacker no Brasil sob a ótica do marketing de turismo**. 2005, 217 p. Monografia de Graduação – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- AOUN, Sabáh. **A procura do paraíso no universo do turismo**. Campinas/SP: Papirus, 2003.
- ARAGÃO, Raimundo Freitas. Racionalidade turística e ressignificação do espaço cearense. In: SILVA, José Borzacchiello da. et al. **Litoral e sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.
- ARAÚJO, Enos Feitosa; PEREIRA, Alexandre Queiroz. O turismo e a valorização do litoral metropolitano: espacialidade turística em Caucaia-CE. In: **RA'EGA**. Curitiba: UFPR, p. 78-104, 2011.

ARAÚJO, Enos Feitosa. Turismo: entre o urbano e o metropolitano alguns apontamentos socioespaciais em Fortaleza-CE. In: **GEOSABERES**, Fortaleza, vol. 7, núm. 12, p. 80-90, 2016.

ASSUNÇÃO, Lorraine Wenzel; BABINSKI, Luciana Raquel. Turismo sexual no Brasil: causas e efeitos ao turismo brasileiro. In: VI SEMINTUR - Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2010, Caxias do Sul (RS). **Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Caxias do Sul: UCS, 2010. v. 6. p. 1-15.

BARREIRO, Tânia; DINIS, Gorete; BRENDA, Zélia. Marketing de influência e influenciadores digitais: aplicação do conceito pelas DMO em Portugal. In: **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, nov., 2019.

BARTHES, Roland. **Mythologies**. New York: The Noonday Press, 1972.

BASTOS, Maria Malvina Gomes e Souza. **As grandes navegações portuguesas e a conquista das águas profundas pelo Brasil**. Disponível em: <http://www.ecen.com/eee87/eee87p/navegacoes.htm>. Acesso em: 20 mar. 2019.

BEDIM, Bruno Pereira. Acepções da natureza no limiar da modernidade: revisitas ao paraíso do imaginário ocidental. In: VI SEMINTUR - Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2010, Caxias do Sul (RS). **Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Caxias do Sul: UCS, 2010. v. 6. p. 1-14.

BÍBLIA. Português. **Bíblia Sagrada**. São Paulo: Edições Paulinas, 1993.
BNB. **Programa de desenvolvimento do turismo no Nordeste**. Brasília: Memorando, 2005.

BNB. **Relatório de término de projeto (PCR): Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE II)**. Fortaleza: Relatório, 2012.

BOLSON, Jaisa Gontijo. A importância da paisagem na atividade turística. In: **Revista Turismo**, São Paulo, jun. 2004.

Bombinhas firma compromisso com Porto Belo. **BOMBINHAS**, 2018. Disponível em: <https://www.bombinhas.sc.gov.br/noticias/index/ver/codNoticia/471847/codMapaltem/10974>. Acesso em: 16 mai. 2021.

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia grega**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 1986.

BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro. Paraísos sob controle: indícios de reclusão e contenção territoriais pela prática turística no litoral sul de Pernambuco (Brasil). **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Sociais**, Recife, v. 2, n. 2, p. 121-137, 2013.

BRASIL. Ministério da Educação. Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Portaria nº 206, de 4 de setembro de 2018**. Diário Oficial da União, Brasília, nº 172, 5 set. 2018. Seção 1, p. 22. Disponível em: <http://www.imprensa nacional.gov.br/materia/>-

/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/39729251/do1-2018-09-05-portaria-n-206-de-4-de-setembro-de-2018-39729135. Acesso em: 19 out. 2018.

BRAUDEL, Fernand. **O Mediterrâneo e o mundo mediterrânico na época de Felipe II**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

BRAUDEL, Fernand. **Memórias do Mediterrâneo: Pré-História e Antiguidade**. Lisboa: Terramar, 2001.

BREDA, Zélia; COSTA, Carlos. O turismo enquanto agente de transformação socioespacial: O caso de Goa. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Aveiro, nº 13/14, p. 27-39, 2010.

BUTLER, Richard. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. **Canadian Geographer**, Ottawa/ON, v. 24, p. 5-12, 1980 (2008).

CAF; CEARÁ. **Contrato de empréstimo entre a Corporação Andina de Fomento e o Estado do Ceará**. Fortaleza: Contrato de Empréstimo, 2012.

CAIRU. **Relatório do Plano Diretor Municipal**. Cairu/BA: Prefeitura de Cairu, 2004.

CÂMARA, Maurício Ruiz. **Turismo no litoral de Santa Catarina: tensões, conflitos e reorganização espacial**. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

CAMPOS, Adriane Camargo; FERRI, Caroline Moliani; LEMES, Lino Antônio; SALINET, Mayara de Moraes. **Plano municipal de turismo de Bombinhas/SC**. Londrina/PR: UEL, 2016.

CAPEL, Horacio. **La morfología de las ciudades: sociedad, cultura y paisaje urbano**. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2002.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: LABUR Edições, 2007.

CARVALHO, Elaine Terezinha Alves de Miranda. **“Paraíso Terrestre” ou “Terra sem Mal”?**, Dissertação de Mestrado – Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2006.

CASAN deverá indenizar sociedade em R\$ 200 mil e ressarcir consumidores de Porto Belo e Bombinhas. **MPSC**, 2020. Disponível em: <https://www.mpsc.mp.br/noticias/casan-devera-indenizar-sociedade-em-r-200-mil-e-ressarcir-consumidores-de-porto-belo-e-bombinhas>. Acesso em: 16 mai. 2021.

CASTRO, Iná Elias de. **Mito da necessidade: Discurso e prática do regionalismo nordestino**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1992.

CASTRO, Tiago da Silva. **O sol nasce pra todos? Planejamento, turistificação e urbanização litorânea na Costa do Sol Poente do Ceará**. 2016. 296 f. Dissertação de

Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

Ceará assina contrato de financiamento do Prodetur Nacional. **MTUR**, 2010. Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/1238-ceara-assina-contrato-de-financiamento-do-prodetur-nacional.html>. Acesso em: 20 abr. 2021.

Ceará é referência mundial para praticantes dos esportes náuticos. **SETUR/CE**, 2019. Disponível em: <https://ww10.ceara.gov.br/2019/09/24/ceara-e-referencia-mundial-para-praticantes-dos-esportes-nauticos/>. Acesso em: 01 mar. 2021.

Centro de Portugal desponta como um paraíso do surfe. **JORNAL DE TURISMO**, 2019. Disponível em: <https://www.jornaldeturismo.tur.br/destinos/82859-centro-de-portugal-desponta-como-um-paraíso-do-surfe#>. Acesso em: 29 ago. 2019.

CEPERJ. **Observatório Fluminense do Turismo – OFT**. Rio de Janeiro: Fundação CEPERJ, 2020.

CHICANGANA-BAYONA, Yobenj Aucardo. Visões de terras, canibais e gentios prodigiosos. In: **ArtCultura**, Uberlândia, v. 12, n. 21, 2010.

CLAVAL, Paul. **Espaço e poder**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

Companhia de Desenvolvimento da RMS – CONDER. **Plano de Manejo da Área de Proteção Ambiental** – APA de Tinharé/Boipeba. Salvador: Governo da Bahia, 1998.
CORBIN, Alain. **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CORDEIRO, Maria João Alfaiate Correia. **Olhares Alemães: Portugal na literatura turística contemporânea - guias de viagem e artigos de imprensa (1980-2006)**. 2007. Tese de Doutorado – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2007.

CORIOLANO, Luzia Neide. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

COSTA, Juliana Carneiro da. **A multiterritorialidade dos trabalhadores do turismo de Arraial do Cabo (RJ)**. 155 p. 2018. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ, 2018.

COSTA, Sandro Silvério. América Portuguesa: paraíso terreal. **Revista Esboços**. Florianópolis v. 9, n. 9, p. 117 – 142. 2001.

Crescimento do turismo em Arraial do Cabo. **PORTO PRAIA**, 2020. Disponível em: <https://portopraia.com.br/planning-your-canoeing-adventure/>. Acesso em: 21 jan. 2021.

Criação do conselho consultivo da APA Costa dos Corais. **ICMBIO**, 2021. Disponível em: <https://www.icmbio.gov.br/apacostadoscorais/conselho-consultivo.html>. Acesso em: 11 jan. 2021.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Maritimidade nos trópicos**: por uma Geografia do litoral. Fortaleza: UFC Edições, 2009.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Mar à vista**: um estudo da maritimidade em Fortaleza. Fortaleza: UFC Edições, 2011.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. Metropolização turística em região monocultora industrializada. In: **Mercator**. Fortaleza: UFC 2013, v. 12, n. 2, p. 65-84.

DANTAS, Pedriane Barbosa de Souza. **Destino da ilha sob a mira do Éden**: Fernando de Noronha no percurso do tempo. 2009. 179 f. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, 2009.

DAYE, Marcella. Mediating tourism: an analysis of the caribbean holiday experience in the UK national press. In: CROUCH, David; JACKSON, Rhona; THOMPSON, Felix. **The media and the tourist imagination**: converging cultures. London: Routledge, 2005, p. 14-26.

DEBBAGE, Keith; GALLAWAY, Suzanne. Global tourist business operations – theoretical frameworks and keys issues. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 581–594.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.

DELUMEAU, Jean. O que sobrou do paraíso. **Varia História**. Belo Horizonte, nº 31, p. 141-158, 2004.

DELUMEAU, Jean. **História do medo no ocidente (1300 – 1800)**: uma cidade sitiada. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

DIEGUES, Antonio Carlos. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, 2001.

DURKHEIM, Emile. **The elementar forms of religious life**. London: George Allen & Unwin Ltd., 1964.

DUZER, Chet Van. **Sea monsters on medieval and renaissance maps**. London: British Library Press, 2013.

ESCOBAR, Arturo. Planning. In: WOLFGANG, Sachs (Org.). **The development dictionary: a guide to knowledge as power**. London: Zed Books, 2010.

FALCÃO, Denise. Ser mochileiro: Uma construção social e pessoal do mochilar. In: **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, p. 76-90, dez. 2016.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. As mediações da paisagem. In: **Líbero**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 43-50, jun, 2012.

FERREIRA, Ana do Carmo. **A influência dos social media e dos digital influencers na intenção de visita e na imagem do destino**. 2018. 114 f. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa, Universidade Lusíada – Norte, Vila Nova de Famalicão, 2018.

FINKE, Jens. **The rough guide to Tanzania**. Rough Guides: London, 2003.

FIRMINO, Fabiana dos Santos. **Dinâmica do turismo na zona costeira nordestina: questões conflitantes do desenvolvimento turístico da praia dos Carneiros – Tamandaré/PE**. 2006. 201 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Gestão e Políticas Ambientais, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

FOLCH, Sergio le Barz. **Recopilación y estudio de mitos y supersticiones en el ámbito marítimo**. 2012. 88 f. Diplomatura – Navegacion Marítima, Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, 2012.

FONSECA, Luís Adão da. O imaginário dos navegantes portugueses dos séculos 15 e 16. In: **Estudos Avançados**, São Paulo Vol. 6, n. 16, 1992.

FONTELES, José Osmar. Reconstrução de territórios e identidade: um olhar sobre Jericoacoara – Ceará. **Mercator**, Fortaleza, n. 8, p. 47-54, 2005.

FRAZER, Sir James George. **Folk-lore in the old testament: studies in comparative religion legend and law**. London: Macmillan and Co, 1918.

FREIRE, Rebeca Matos. Turismo e desigualdade social: reflexões a partir da dimensão socioespacial em Jericoacoara. In: V Reunião Equatorial de Antropologia e XIV Reunião de Antropólogos do Norte e Nordeste, V, 2015, Maceió. **Anais da V Reunião Equatorial de Antropologia e XIV Reunião de Antropólogos do Norte e Nordeste**, Maceió: UFAL, 2015, p. 1-10.

FUNDACION PUNTA DE LOBOS – FLP. **Why touristic destinations fail? How Stanley Plog's maturity studies of touristic destinations can be used in Punta de Lobos' area**. Pichilemu, Chile: FPL, 2019.

GALLERO, Alvaro Lopez. El impacto de la globalization sobre el turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.). **Turismo e geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 1996, p.33-38.

GOLDSMITH, Elizabeth. **Social influence and sustainable consumption**. Tallahassee: Springer, 2015.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. O conceito de região e sua discussão. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000, p. 49-76.

GONÇALVES, Salete. A dimensão sociocultural do processo de territorialização turística em Tibau do Sul/RN. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n.1, p.115-132, 2014.

Governador inaugura obras em Morro de São Paulo. **CONDER**, 2011. Disponível em: <http://www.conder.ba.gov.br/node/5136>. Acesso em: 04 mai. 2021.

GRETZEL, Ulrike; FESENMEIER, Daniel. Information technology: shaping the past, present, and future of tourism. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 558-580.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

HALSALL, Paul. John Cabot (c.1450-1499): voyage to North America, 1497. In: **Internet Modern History Sourcebook**. New York: Fordham University, 1998.

HEINBERG, Richard. **Memórias e visões do paraíso explorando o mito universal de uma idade de ouro perdida**. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

HESÍODO. **Os trabalhos e os dias**. Curitiba, PR: Segesta, 2012.

HILLESHEIM, Christiane Beling Victorino. **Turismo e paisagem: a influência da atividade turística na paisagem natural do município de Bombinhas (SC) entre 1960 e 2005**. 2005. 144 f. Dissertação de Mestrado – Curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú/SC, 2005.

HILLESHEIM, Christiane Beling Victorino. Turismo na zona costeira: os impactos causados pela atividade no município de Bombinhas – SC. In: IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2006, Caxias do Sul/RS. **Anais do IV SemintUR**, Caxias do Sul/RS: ECS, 2006, p. 1-14.

HINDLE, Natalie; MARTIN, Andrew; NASH, Robert. Tourism development and the backpacker market in Highland Scotland. **Tourism and hospitality research**, London, v. 0, ed. 0, p. 1-15, 2015.

HOLANDA, Sergio Buarque de. **Visão do paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

HOMERO. **Odisseia**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo 2000**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 02 mai. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 02 mai. 2021.

INSTITUTO DO MEIO AMBIENTE DE ALAGOAS – IMA. **Resultado de ensaios analíticos/balneabilidade das praias de Alagoas** – REAB. Maceió: GELAB, 2021.

ICMBIO. **Relatório de Meio Físico**. Subsídios ao plano de manejo do Parque Nacional de Jericoacoara. Brasília: MMA, 2009.

ICMBIO. **Plano de manejo da APA Costa dos Corais - APACC**. Tamandaré, PE: MMA, 2013.

IGLESIAS-SANCHEZ, Patricia; CORREIA, Marisol; JAMBRINO-MALDONADO, Carmen; HERAS-PEDROSA, Carlos de las. Instagram as a co-creation space for tourist destination image-building: Algarve and Costa del Sol case studies. **Sustainability**, Basel, v. 12, ed. 7, p. 1-25, 2020.

Ilha do Cabo Frio tem projeto de visitação coordenado pelo IEAPM. **MARINHA DO BRASIL**, 2016. Disponível em: <https://www.marinha.mil.br/node/1784>. Acesso em 27 jan. 2021.

INSTITUTO AMBIENTES EM REDE (IAR). **Programa Bandeira Azul Praias – Brasil**. Critérios e notas explicativas. Florianópolis: IAR, 2019.

Jeffreys-Bay: um paraíso com as melhores ondas da África. **POR DENTRO DA ÁFRICA**. 2015. Disponível em: <http://www.pordentrodaafrica.com/cultura/j-bay-um-paraíso-com-melhores-ondas-da-africa>. Acesso em: 20 nov. 2019.

JARRATT, David. 'Seasideness: a sense of place and space at a british seaside resort'. In: S. Elkington and S. Gammon. **Landscapes of leisure: space, place and identity**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015, p. 147– 164.

JARRATT, David; SHARPLEY, Richard. Tourists at the seaside: exploring the spiritual dimension. **Tourist Studies**. London, v. 17, ed. 4, p. 349–368, 2017.

JESUS, Juliana Carneiro de. **Mochila cultural: o mochileiro e as relações entre viagem e cultura**. 2018. 85 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Graduação em Produção Cultural, Universidade Federal Fluminense, Rios das Ostras/RJ, 2018.

KASPARY, Manuela Grace de Almeida Rocha. **Desenvolvimento turísticos e desenvolvimento local no município de Maragogi, Alagoas**. 2012. 159 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2012.

KING, Brian; PEARLMAN, Michael. Planning for tourism at local and regional levels: principles, practices and possibilities. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 416-431.

KNAFOU, Remy. Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.). **Turismo e geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 1996, p.62-74.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

KURZ, Robert. A estetização da crise. No capitalismo, os objetos do desejo se transformam em peças de culto. **Folha de São Paulo**. 23 nov. 1977. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/kurz/1997/11/23.htm>. Acesso em: 10 jan. 2020.

LAINING, Jennifer and CROUCH, Geoffrey. Lone wolves? Isolation and solitude within the frontier travel experience. **Geografiska Annaler**, Series B, Human Geography 91, London, ed. 4, p. 325–342, 2009.

LANGER, Johnni. O mito de Eldorado: origem e significado no imaginário sul-americano (século XVI). **Revista de História**. USP. São Paulo. 1997.

LAS CASAS, Bartolomé de. **Brevísima relación de la destrucción de las Indias**. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2011.

LAUZON, Alden Wilfredo. "Paradise lost and found": beach and island tourism in Phuket, Thailand. Semantic Scholar, 2009. Disponível em: https://pdfs.semanticscholar.org/0954/7e9483ed0552fb55f92a18903b7f5f9484ea.pdf?_ga=2.177032933.1324199162.1574976571-588443146.1570041299. Acesso em: 20 nov. 2019.

LAZUTINA, Tatyana; PUPYSHEVA, Irina; SHCHERBININ, Mikhail; BAKSHEEV, Vladimir; PATRAKOVA, Galina. Semiotics of art: language of architecture as a complex system of signs. **International Journal of Environmental e Science Education**, S.I., v. 11, n. 17, 2016, 9991-9998.

LIMA, Luiz Cruz; SILVA, Ângela Maria Falcão da. **O local globalizado pelo turismo: Jeri e Canoa no final do século XX**. Fortaleza: EDUECE, 2004.

LIMA, Maria do Ceú de. **Comunidades pesqueiras marítimas no Ceará: território, costumes e conflitos**. 2002. Tese – Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2002.

LINS, Antonio de Padua Gomes D'Almeida. **Turismo e meio ambiente: o esgotamento sanitário do município de Maragogi, Alagoas**. 2017. 208 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2017.

LONG, Philip; ROBINSON, Mike. Tourism, popular culture and the media. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 98–114.

MACHADO, Helena Cristina F. *A construção Social da Praia*. **Revista Sociedade e Cultura 1**, Cadernos do Noroeste, série Sociologia, Goiania, v. 13, p. 201-218, 2000.

Mais de 400 mil pessoas em Bombinhas no ano novo. **PREFEITURA DE BOMBINHAS**, 2019. Disponível em: <https://www.bombinhas.sc.gov.br/noticias/ver/2019/01/mais-de-400-mil-pessoas-em-bombinhas-no-ano-novo>. Acesso em: 21 jan. 2021.

Mapa do Turismo Brasileiro 2019-2021. **MINISTÉRIO DO TURISMO**, 2021. Disponível em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 25 mar. 2021.

Maragogi sedia VII workshop anual do programa Bandeira Azul. **CADA MINUTO**, 2014. Disponível em: <https://www.cadaminuto.com.br/noticia/2014/05/19/maragogi-sedia-vii-workshop-anual-do-programa-bandeira-azul>. Acesso em: 14 abr. 2021.

MBAIWA, Joseph; STRONZA, Amanda. The challenges and prospects for sustainable tourism and ecotourism in developing countries. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 335–353.

MEIRA, Silvio Romero; SILVA, Edeilson Milhomem da; COSTA, Ricardo Araújo; JUCÁ, Paulyne Matthews. Folksonomia. In: PIMENTEL, Mariano; FUKS, Hugo. **SISTEMAS COLABORATIVOS**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2012, p. 221-229. MEIRELES, Antonio Jeovah. **Geomorfologia costeira: funções ambientais e sociais**. Fortaleza: Edições UFC, 2012.

MERWE, Petrus Van der; SLABBERT, Elmarie; SAAYMAN, MELVILLE. Travel motivations of tourists to selected marine destinations. **International Journal of Tourism Research**, Los Angeles, v. 13, p. 457-467, 2011.

Metodologia. **MINISTÉRIO DO TURISMO**, 2017. Disponível em: http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=271. Acesso em: 25 jan. 2021.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **A natureza**: curso do Collège de France. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MOLINA, Fabio Silveira. A produção do espaço pelo e para o turismo: o caso da praia de Jericoacoara, Ceará, Brasil. In: SANTOS, Norberto; CUNHA, Lúcio. **Trunfos de uma geografia activa: desenvolvimento local, ambiente, ordenamento e tecnologia**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2011, p. 177-185.

MORAES, Antonio Carlos Robert de. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil**: elementos para uma geografia do litoral brasileiro. São Paulo: Hucitec, 2001.

MORGAN, Nigel; PRITCHARD, Annette. **Tourism, promotion and power: creating images, creating identities**. Chichester: John Wiley & Sons, 1998.

MPF acompanha proposta de pavimentar estrada em área de preservação em Bombinhas. **NCS TOTAL**, 2019. Disponível em:

<https://www.nsctotal.com.br/colunistas/dagmara-spautz/mpf-acompanha-proposta-de-pavimentar-estrada-em-area-de-preservacao-em>. Acesso em: 16 mai. 2021.

MULLINS, Patrick. Cities for pleasure: the emergence of tourism urbanization in Australia. **Built Environment**, Kyoto, vol. 18, n. 3, p. 187-198, 1992.

NETTO, Maria Manoela; COSTA, Staël de Alvarenga; LIMA, Thiago Barbosa. Bases conceituais da escola inglesa de morfologia urbana. **Paisagem e Ambiente: Ensaios**, São Paulo, n. 33, p. 29-48, 2014.

O empreendimento. **VIVER MORRO DE SÃO PAULO**, 2021. Disponível em: <http://vivermorrodesaopaulo.com.br/#oempreendimento>. Acesso em: 17 fev. 2021.

O paraíso francês do Caribe. **GO OUTSIDE**, 2015. Disponível em: <https://gooutside.com.br/4145-o-paraiso-frances-do-caribe/>. Acesso em: 18 out. 2019.

O peixe gigante que inspirou a lendária serpente marinha. **BBC**. 2015. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/02/150207_vert_earth_maior_peixe_ml. Acesso em: 13 jun. 2019.

OPPERMAN, Martin. Tourism space in developing countries. **Annals of tourism research**, London, v. 20, p. 535-556, 1993.

PAC Cidades Históricas chega a 16 municípios baianos. IPHAN, 2010. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/ba/noticias/detalhes/2904/pac-cidades-historicas-chega-a-16-municipios-baianos>. Acesso em: 20 abr. 2021.

PARAÍSO. **Dicionário Priberam**. 2018. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/para%C3%ADso>. Acesso em 26 set. 2018.

Parque Natural Municipal Costeira de Zimbros. **BOMBINHAS/SC**. 2021. Disponível em: <https://turismo.bombinhas.sc.gov.br/o-que-fazer/item/parque-natural-municipal-costeira-de-zimbros>. Acesso em: 20 fev. 2021.

PAULINO, Priscila. **Os impactos socioculturais do turismo nas comunidades receptoras: um estudo na cidade de Arraial do Cabo**. 14 f. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora/MG, 2016.

PEARCE, Douglas. **Geografia do Turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

PERDIGÃO, Cristina Sofia Andrade. **O turismo na Madeira: dinâmicas e ordenamento do turismo em territórios insulares**. 2017. Tese de doutorado – Faculdade de Arquitetura. Universidade de Lisboa. Lisboa, 2017.

PEREIRA, Alexandre Queiroz. **A urbanização vai à praia: contribuições da vilegiatura à metropolização no nordeste do país**. 2012. 350 f. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Ceará, 2012.

PEREIRA, Luciana Noronha; SANTIAGO, Alina Gonçalves. Redes sociais e paisagem da destinação turística: fotografias online na construção da imagem da cidade. **Paisagem e Ambiente: Ensaios**, São Paulo, n. 40, p. 9-3, 2017.

PISA, Rustichello de. **The travels of Marco Polo**. London: Courier Corporation, 1993.

PIUCHAN, Manisa. Plog's and Butler's models: a critical review of psychographic tourist typology and the tourist area life cycle. **Turizam**. Novi Sad, v. 22, ed. 3, p. 95-106, 2018.

PLOG, Stanley. Why destination areas rise and fall in popularity: an update of a Cornell Quarterly Classic. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. Ithaca, v. 42, ed. 3, p. 13-24, 2001.

Polêmica no Pontal do Atalaia. **UNIDADES DE CONSERVAÇÃO DO BRASIL**, 2005. Disponível em: <https://uc.socioambiental.org/noticia/38375>. Acesso em: 02 dez. 2020.

PONTOPPIDAN, Erich. **The natural history of Norway**. London: Linde, 1755.

POULOT, Dominique. **Uma história do patrimônio do ocidente**. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

PLATÃO. **Timeu-Críticas**. Coimbra: CECH, 2011.

Praia em Jericoacoara recebe certificado Bandeira Azul. **O POVO**, 2019. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/ceara/2019/09/24/praias-em-gericoacoara-recebe-certificado-bandeira-azul.html>. Acesso em: 14 abr. 2021.

Praias. **BOMBINHAS**, 2021. Disponível em: <https://turismo.bombinhas.sc.gov.br/o-que-fazer/item/praias12>. Acesso em 13 abr. 2021.

Praias de Bombinhas recebem Bandeira Azul. **BOMBINHAS**, 2020. Disponível em: <https://www.bombinhas.sc.gov.br/noticias/index/ver/codMapaltem/10974/codNoticia/643025>. Acesso em: 14 abr. 2021.

Praias do Nordeste estão entre os principais destinos de Réveillon dos famosos. **DIÁRIO DO NORDESTE**, 2019. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/praias-do-nordeste-estao-entre-os-principais-destinos-de-reveillon-dos-famosos-1.2193012>. Acesso em: 12 mai. 2020.

Praias em Arraial do Cabo serão restritas pós-pandemia. **PLENO NEWS**, 2020. Disponível em: <https://pleno.news/brasil/cidades/praias-em-arraial-do-cabo-serao-restritas-pos-pandemia.html>. Acesso em: 14 abr. 2021.

PRESTON-WHYTE, Robert. The beach as a liminal space. In: LEW, C.; HALL, M.; WILLIAMS, A.M. **A companion to tourism**. Malden: Blackwell, 2004, p. 349–359.
PROJETO ORLA: fundamentos para gestão integrada. Brasília: MMA/SQA; Brasília: MP/SPU, 2002.

RAMSEY, Doug; EVERRIT, John. Tourism as a development strategy in Belize, Central America. **ARA Journal of tourism research**, Barcelona, v. 1, n. 1, 2008.

Recursos da CAF vão transformar Litoral Oeste. **GOVERNO DO CEARÁ**, 2013. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2013/07/01/recursos-da-caf-vao-transformar-litoral-oeste/>. Acesso em: 21 abr. 2021.

RIO DE JANEIRO, Governo do. **Plano diretor do turismo do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: SEPDET/TURISRIO, 2001.

RIO DE JANEIRO, Governo do; Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). **Matriz de investimentos** - PRODETUR Nacional - Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UCP, 2014.

RIO DE JANEIRO, Governo do. **Plano municipal de conservação e recuperação da Mata Atlântica de Arraial do Cabo**. Rio de Janeiro: Secretaria de Estado do Ambiente, 2017.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1996.

ROJEK, Chris. **Ways of escape**: modern transformations of leisure and travel. 1991. 365 f. PhD thesis – Department of Sociology, University of Glasgow, 1991.

ROJEK, Chris. Indexing, dragging and the social construction of tourist sights. In: ROJEK, Chris; URRY, John. **Touring cultures**: transformations of travel and teory. London: Routledge, 2003, p. 52-74.

RUSCHMANN, Doris Van; CONCEIÇÃO, Calidón Costa; VIEIRA, Julia Mendes; ARNHOLD JUNIOR, Marcos. As segundas residências e o processo recente de urbanização dos municípios de Itapema e Bombinhas – SC decorrente do uso do turismo e do lazer. In: **Revista Turismo – Visão e Ação**. Itajaí, v. 17, n. 3, p. 712-736, 2015.

SALGUEIRO, Valéria. Grand Tour: uma contribuição à historia do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 22, n. 44, 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882002000200003&lng=es&nrm=iso.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova**: da crítica da geografia a uma geografia crítica. São Paulo: Hucitec, 1980.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.

SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: EdUSP, 2005.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: EdUSP, 2006.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: BestBolso, 2011.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. **Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: BestBolso, 2011.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades**: uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

SÉCCA, Flávia Deucher. **Porto Belo (SC) e suas peculiaridades sócioespaciais frente ao desenvolvimento turístico regional**. 160 f. 2004. Dissertação de Mestrado – Curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2004.

SEVILHA, Isidoro de. Etymologiae. In: **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 7, p. 592-602, jan./jun. 2017.

SHARPLEY, Richard. Tourism, religion and spirituality. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 237–253.

SILVA, José Manuel Azevedo e. As ilhas afortunadas e o Atlântico greco-romanos, na visão de Leonardo Torriani. In: OLIVEIRA, Francisco de; THIERRY, Pascal; VILAÇA, Raquel. **Mar greco-latino**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2006.

SILVA, Leonardo Thompson da. **Cultura, turismo e identidade local**: impactos socioculturais sobre a comunidade receptora de turismo – Trancoso, Porto Seguro - BA. 2006. 160 f. Dissertação de Mestrado – Mestrado em Cultura e Turismo, Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus, 2006.

SILVA, Marília Natacha de Freitas. **Turismo e desenvolvimento**: uma proposta para medição e avaliação da vulnerabilidade social nos territórios turísticos. 2019. 610 f. Tesis Doctoral – Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante, Alicante, 2019.

SILVA, Michel Jairo Vieira da. **O turismo de massa e a cidade**: processos de integração versus segregação socioespacial em capitais nordestinas (Recife – PE e Natal – RN) a partir de registros (vlogs) de viagem de turismo doméstico. 2017. 310 f. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, 2017.

SILVA, Nayrison de Jesus Prado da. **Dinâmica socioespacial dos complexos turísticos residenciais nas metrópoles nordestinas**. 2016. 261 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, 2016.

SMITH, Mick. Ethical perspectives: exploring the ethical landscape of tourism. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 613-630.

Sistema de informações sobre o mercado de trabalho no setor turismo – SIMT. INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA), 2019. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/extrator/simt.html>. Acesso em: 19 mai. 2021.

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES SOBRE SANEAMENTO – SNIS. **Diagnóstico dos serviços de água e esgotos – 2019**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Regional, 2020.

SOARES, Artemísia dos Santos. **Turismo e desenvolvimento no município de Maragogi/AL**: um olhar sobre os processos de participação social, democracia e cidadania. 2019. 284 f. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, 2019.

Sobre o Reclame AQUI. **RECLAME AQUI**, 2020. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/institucional/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

SPÓSITO, Eliseu Savério. *Redes e Cidades*. São Paulo: EdUNESP, 2008.

SUSSAI, Andressa de Oliveira. **Análise da atribuição das hashtags no Instagram para a representação de imagens**. 2014. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso – UFG. Biblioteconomia. Goiânia, 2014.

TELFER, David. Development studies and tourism. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 146–165.

TOMÁS, Júlia. **Ensaio sobre o imaginário marítimo dos portugueses**. Braga: Universidade do Minho, 2013.

Top 25 Beaches — South America. **TRIPADVISOR**, 2020. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Beaches-cTop-g13>. Acesso em: 27 jan. 2021.

TUCKER, Hazel; AKAMA, John. Tourism as postcolonialism. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 504–520.

Turismo em Bali: 8 coisas que ninguém te conta. **TRIPPING UNICORN SINGAPORE**, 2018. Disponível em: <https://trippingunicorn.com/pt/blog/turismo-em-bali-curiosidades>. Acesso em: 07 nov. 2019.

URRY, John, **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

VERAS, Daniela Vicente. **A sustentabilidade da produção artesanal nos municípios catarinenses da península de Porto Belo – SC**. 181 f. 2007. Dissertação de Mestrado – Centro de Ciências Tecnológicas, da Terra e do Mar, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí/SC, 2007.

VILLAÇA, Flávio. **O espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

VIRGENS, Daniela Araújo. **Turismo e transformações socioespaciais**: o caso do município de Cairu – Bahia. 159 f. 2010. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

WALTON, John. Histories of tourism. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 115–129.

WILLIAMS, Raymond. **O campo e a cidade**: na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

ZIDDY, Issa. Western tourism in Zanzibar: cultural and religious implications. **Adam Academy Journal of Social Sciences**, Ankara, v. 3, ed. 2, p. 111-124, 2013.

ZIERER, A. Paraíso versus Inferno: a visão de Túndalo e a viagem medieval em busca da salvação da alma (século XII). **Mirabilia**. Revista de História Antiga e Medieval. São Paulo/Frankfurt/Barcelona, v. 2, p. 152-184, 2002.

APÊNDICE A – MATÉRIAS PUBLICADAS PELA GO OUTSIDE COM USO DO TERMO "PARAÍSO"

Título da matéria	Local	Tipo de ambiente	Potencialidades	Ano
Vermelho é o novo verde	Cuba	Litoral	Natureza, conservação ambiental, biodiversidade, esportes náuticos	2008
Tour de France no paraíso	Ilha de Córsega - França	Montanha	Relevo, ciclismo	2011
Boulder no paraíso	Grã-Bretanha	Montanha	Relevo, escalada	2012
Viagem ao centro da terra	América Central	Litoral	Vulcões, esportes náuticos, fauna marinha	2012
O paraíso da mountain bike	Colorado/EUA	Montanha	Ciclismo, natureza	2014
De volta ao paraíso	Belize	Litoral	Natureza, equipamentos turísticos, mergulho	2014
Kites no paraíso	Lençóis Maranhenses/Maranhão	Litoral	Lagoas interdunares, kite surf	2014
Wingsuit no paraíso	França	Montanha	Relevo	2014
O paraíso francês do Caribe	Guadalupe/Antilhas Francesas	Litoral	Natureza, esportes de aventura, esportes náuticos	2015
Paraíso no centro da Terra	Nicarágua	Litoral	Natureza, esportes náuticos, tranquilidade	2015
Paraíso outdoor	Columbia Britânica/ Canadá	Montanha	Esquiar, natureza, baixas temperaturas	2016
Na batida perfeita	Golfo da Califórnia/México	Litoral	Surfe, ponto desconhecido	2016
Equador: um paraíso das bikes	Equador	Montanha	Ciclismo, natureza, relevo	2018
Descubra a Ilha Grande em um trekking de sete dias	Ilha Grande/RJ	Litoral	Natureza, esportes de aventura	2018
De minibike percorri Taiwan em quatro dias	Taiwan	Montanha	Relevo, natureza, ciclismo	2018
Tudo sobre o trekking de Huayhuash, no Peru	Huayhuash/Peru	Montanha	Natureza, altitude e esportes de aventura	2019
Roteiro de três dias para pedalar pela Serra da Canastra	Serra da Canastra/MG	Montanha	Natureza, ciclismo	2019
5 lugares para mergulhar em Bonito – MS	Bonito/MS	Floresta	Natureza, mergulho em água doce, cavernas	2019
Como foi mergulhar em Alcatrazes, em São Sebastião	Alcatrazes/SP	Litoral	Natureza, mergulho e esportes de aventura	2019
Roteiro para um fim de semana no Parque Estadual dos Três Picos	Parque Estadual dos Três Picos/RJ	Montanha	Natureza, esportes de aventura	2019
Serra do Cipó: um destino obrigatório para quem curte escalada	Serra do Cipó/MG	Montanha	Afloramentos rochosos, natureza, escalada	2019
As melhores opções de aventura na República Dominicana	República Dominicana	Litoral	Esportes náuticos, esportes de aventura	2019
O que fazer na Serra da Mantiqueira fora da temporada de inverno	Serra da Mantiqueira/SP	Montanha	Natureza, esportes de aventura	2019
Quatro trilhas para pedalar na região de Campos do Jordão	Campos do Jordão/SP	Montanha	Natureza, ciclismo	2019
7 motivos para conhecer o Jalapão, no Tocantins	Jalapão/TO	Floresta	Esportes de aventura	2020

Salar de Uyuni: tudo o que você precisa saber sobre o deserto de sal na Bolívia	Salar de Uyuni/Bolívia	Deserto	Deserto de sal, astronomia e vulcões inativos	2020
Aysén: o grande tesouro do Chile na região austral da Patagônia	Aysén/Chile	Montanha	Baixas temperaturas, esportes de aventura e ciclismo	2020
Airbnb procura voluntários para projeto 'Sabático nas Bahamas'	Bahamas	Litoral	Natureza, mergulho e educação ambiental	2020
Mãe e filhos sobrevivem 34 dias perdidos em selva na Colômbia	Floresta Amazônica/Colômbia	Floresta	Natureza	2020
Como fazer a Travessia da Ponta da Joatinga	Ponta da Joatinga/RJ	Litoral	Natureza, esportes de aventura	2020

Fonte: *GO OUTSIDE*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

APÊNDICE B – MATÉRIAS PUBLICADAS PELA NATIONAL GEOGRAPHIC COM USO DO TERMO "PARAÍSO"

Matérias publicadas pela <i>National Geographic</i> com uso do termo "paraíso"				
Título da matéria	Local	Tipo de ambiente	Atrativos	Ano
A Walk in the Park	Gabão	Floresta	Natureza intocada e esportes de aventura	2009
Everything to know about Mount Rainier National Park	EUA	Montanha	Natureza e esportes de aventura	2009
Surviving Paradise	Ilhas Marshall	Litoral	População local e vegetação de frutíferas	2010
Into the Wild on Kiawah Island	EUA	Litoral	Vida silvestre e golfe	2013
Leaf-Peeping Paradise: The Finger Lakes	EUA	Lagunar	Vinícolas, lagos, cachoeiras, floresta e gastronomia	2014
Florida's Pristine Parks: Apalachicola National Forest	EUA	Montanha	Natureza, esportes de aventura e patrimônio natural	2015
Slovenia's Seaside Paradise: Piran	Eslovênia	Litoral	Cultura e arquitetura	2016
Take a Soul-Soothing Journey to the Tuscan Countryside	Itália	Urbano	Cultura e arquitetura	2016
10 Reasons to Visit Fort Myers and Sanibel, Florida	EUA	Litoral	Vida Silvestre, ilhas	2016
Beyond Poutine: Exploring Montreal's Growing Cuisine	Canadá	Urbano	Gastronomia diversificada	2016
Smart Cities: Austin, Texas	EUA	Urbano	Comércios e serviços, patrimônio cultural	2016
10 Reasons to Stop in Pismo Beach	EUA	Litoral	Natureza e esportes de aventura	2016
Discover Island Paradise in the Seychelles	Seicheles	Litoral	Natureza intocada e luxo	2017
Discover Europe's Far-Flung Island Paradise	Potugal	Litoral	Esportes de aventura e natureza abundante	2017
Camp In the Remote Backwoods of This Beautiful Island Park	EUA	Floresta	Esportes de aventura e natureza abundante	2018
Discover the best of Maui	Havaí	Litoral	Vida silvestre, natureza abundante, cultura e arquitetura	2018
A local's perfect day in Key West	EUA	Urbano	Equipamentos turísticos e gastronomia	2018
Everything to Know About Oahu	Havaí	Litoral	Surfe	2018
Everything to Know About Kauai	Havaí	Litoral	Esportes de aventura e natureza abundante	2018
Everything to Know About West Palm Beach	EUA	Urbano	Equipamentos turísticos e gastronomia	2018
This romantic getaway is the Caribbean's first carbon neutral resort	Aruba	Litoral	Natureza intocada e luxo	2018
Everything to Know About Los Cabos	México	Urbano	Equipamentos turísticos e gastronomia	2018
This Legendary Railway Traverses the Stunning Swiss Alps	Suíça	Montanha	Cultura	2018
Everything to Know About Miami	EUA	Urbano	Vida noturna, praia, cultura	2018
Discover the Best of Shenzhen	China	Urbano	Natureza, patrimônio histórico e cultural	2018
Tortoises rule on this isolated island	Atol de Aldabra - Seicheles	Litoral	Vida silvestre	2019

Take the perfect road trip at the bottom of the world	Patagônia - Chile	Montanha	Natureza intocada e esportes de aventura	2019
The ghosts of ancient hurricanes live in Caribbean blue holes	Bahamas	Litoral	Geologia marinha	2019
Petit St. Vincent Private Island Resort	São Vicente e Granadinas	Litoral	Esportes de aventura e natureza abundante	S/D
Tsara Komba Luxury Beach & Forest Lodge	Madagascar	Litoral	Vida silvestre, natureza abundante e equipamentos turísticos	S/D
Fonte: <i>National Geographic</i> , 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.				

APÊNDICE C – MATÉRIAS PUBLICADAS PELA QUAL VIAGEM COM USO DO TERMO "PARAÍSO"

Título da matéria	Local	Tipo de ambiente	Atrativos	Ano
O mundo visto do alto	Dubai/Emirados Árabes Unidos	Urbano	Arquitetura, luxo e modernidade	2013
Já estive na surpreendente Ilha de Páscoa?	Ilha de Páscoa/Chile	Litoral	Natureza, cultura	2014
Viagem dos sonhos e dos amores	Corfu	Litoral	Natureza, gastronomia	2014
Abençoado vulcão!	Fernando de Noronha/PE	Litoral	Natureza, mergulho	2014
Charmosa ilha do Caribe encanta pela beleza e estilo inglês	Barbados	Litoral	Natureza, cultura britânica	2015
Cenários naturais preservados	Arquipélago de Abrolhos	Litoral	Natureza, mergulho	2015
Ubatuba: praias e ilhas formam um paraíso no Litoral Norte de São Paulo	Ubatuba/SP	Litoral	Natureza, sol e praia, mergulho e surfe	2015
Descubra o Havaí nas ondas do campeão	Pipeline/Havaí	Litoral	Surfe e cruzeiros	2015
Costa dos Coqueiros: praias desertas, rios, cachoeiras e muito mais	Litoral Norte da Bahia	Litoral	Sol e praia, praias desertas, resort	2015
10 quedas d'água para apreciar ao redor do Mundo	Salto Del Angel/Venezuela	Floresta	Queda d'água	2015
Embarque nessa road trip!	Arizona/EUA	Deserto	Grand Canyon, cultura indígena	2015
Curtindo a vida ao natural	St. Marteen	Litoral	Naturismo	2015
Maraú, na Bahia, é um paraíso pouquíssimo habitado	Península de Maraú/BA	Litoral	Natureza, sol e praia	2015
Cruzeiro naturista pelo Caribe	Caribe	Litoral	Cruzeiro, naturismo	2015
Onde o Sol nasce primeiro	Tambaba/PB	Litoral	Naturismo, sol e praia	2015
Barra de Camaratuba – na trilha do caranguejo Uça	Barra de Camaratuba/PB	Litoral	Natureza, praias desertas	2015
O "SOUL" da terra	Reserva da biosfera Maia/Guatemala	Floresta	Observação de aves	2015
Jalapão (TO) para aquecer o inverno	Jalapão/TO	Floresta	Esportes de aventura	2015
Vila de Santo André: um paraíso baiano	Vila de Santo André/BA	Litoral	Natureza, praias desertas	2015
Explore o paraíso isolado de Ilha Grande (RJ)	Ilha Grande/RJ	Litoral	Natureza, esportes de aventura, praias desertas	2015
Corumbau oferece luxo em meio à natureza preservada	Corumbau/BA	Litoral	Praia deserta, natureza	2015
Nayarit: a nova riviera mexicana	Nayarit/México	Litoral	Sol e praia, natureza, equipamentos turísticos e vida silvestre	2015
Paraíso com nome de cidade grande	Morro de São Paulo/BA	Litoral	Equipamentos turísticos, vida noturna, sol e praia	2015
Entre os glaciares e fiordes da Patagônia	Patagônia	Montanha	Fiordes, baixas temperaturas	2015
Cape Cod para ricos e famosos	Cape Cod/EUA	Litoral	Sol e praia, natureza, esportes náuticos	2015

Na divisa com a Bahia, Itaúnas é paraíso ecológico capixaba	Itaúnas/ES	Litoral	Natureza, cultura	2015
Pu ruba é paraíso de águas calmas em Ubatuba	Ubatuba/SP	Litoral	Natureza	2015
Maresias, um paraíso a ser descoberto	Maresias/SP	Litoral	Natureza, esportes náuticos	2015
Ilhas para se apaixonar	Seychelles	Litoral	Natureza, luxo, exclusividade	2015
Encante-se com as belezas de Flecheiras	Flecheiras/CE	Litoral	Natureza, equipamentos turísticos	2015
Diversão e lazer para todos os gostos	Jericoacoara/CE	Litoral	Natureza, sol e praia, Rota das Emoções	2016
Praia dos Carneiros	Carneiros/PE	Litoral	Natureza, tranquilidade	2016
Chapada Diamantina: Santuário do trekking em cenário de rara beleza	Chapada Diamantina/BA	Montanha	Natureza, esportes de aventura	2016
Um recanto de belezas naturais e muita diversão	El Salvador	Montanha	Cultura, sol e praia	2016
Uma atração para cada gosto	St. Peterburg e Clearwater/EUA	Litoral	Sol e praia, águas calmas	2016
Muito mais que charutos, mojitos e carros antigos!	Cuba	Litoral	Cultura, sol e praia	2016
Mergulho no mar de sete cores	San Andrés/Colombia	Litoral	Sol e praia, esportes náuticos	2016
Chefchaouen - A cidade azul	Chefchaouen - Marrocos	Montanha	Cadeias montanhosas, cultura e artesanato	2016
Ilhéus das praias e do cacau	Ilhéus/BA	Litoral	Praia, cultura, arquitetura	2016
Puerto Vallarta, refúgio de surpresas no Pacífico Mexicano	Puerto Vallarta/México	Urbano	Orla, equipamentos turísticos, cultura	2016
Recanto romântico da Itália	Costa Amalfitana/Itália	Litoral	Arquitetura, circulação a pé, mar, relevo	2016
Um giro pelas belezas naturais do mar ao sertão	São Miguel do Gostoso/RN	Litoral	Tranquilidade, sol e praia	2016
Panamá: muito mais que um canal	Bocas del Toro/Panamá	Litoral	Natureza, praias desertas	2016
Previsão para República Dominicana: sol o ano inteiro	Playa Bávaro/República Dominicana	Litoral	Sol e praia, esportes náuticos	2016
Cartagena: o encontro do mar com a história e porta de entrada do caribe colombiano	Cartagena das Índias/Colômbia	Urbano	Cultura, ambiência litorânea	2017
Arraial do Cabo: o paraíso do Atlântico	Arraial do Cabo/RJ	Litoral	Sol e praia, natureza	2017
Parece de cinema mas é real	St. Marteen	Litoral	Sol e praia, natureza, equipamentos turísticos	2017
Liverpool: onde o sonho virou realidade	Liverpool/Inglaterra	Urbano	Cultura, futebol	2019
Paraíso do turismo mundial	Dubai/Emirados Árabes Unidos	Urbano	Arquitetura, luxo e modernidade	2019
Zanzibar: a linda, exótica e charmosa ilha de Freddie Mercury	Zanzibar/Tanzânia	Litoral	Natureza, esportes náuticos	2019
Um pé na África e outro na Europa	Gibraltar	Litoral	Relevo, vida silvestre, arquitetura	2019

É só ler e escolher o seu número...	Rota Ecológica de Alagoas	Litoral	Tranquilidade, sol e praia, natureza	2019
Alcatrazes e São Sebastião: o espetáculo da natureza no litoral paulista	Alcatrazes/SP	Litoral	Natureza, esportes náuticos, esportes de aventura	2019
Punta Cana e Samaná: As joias turísticas da República Dominicana	Samaná/República Dominicana	Litoral	Natureza, tranquilidade, praias desertas	2019
O melhor da hotelaria para momentos inesquecíveis	Praia do Forte/BA	Litoral	Resort, natureza	2019
Muito mais que Havana e Varadero	Holguin/Cuba	Litoral	Sol e praia, esportes náuticos, cultura	2019
O paraíso de Priscila	Sydney/Austrália	Urbano	LGBT, sol e praia, cultura, vida noturna	2019
Islândia: paraísos escondidos e outros nem tanto da terra do fogo e do gelo	Islândia	Montanha	Relevo, natureza, baixas temperaturas	2019
Roteiro Angra Doce: um mundo de belas águas no sudoeste paulista	Angra Doce/SP	Fluvial	Natureza, esportes de aventura	2019
Paraísos a dois	Ilhas Maldivas	Litoral	Sol e praia, resorts, natureza	2019
5 dias inesquecíveis em Noronha	Fernando de Noronha/PE	Litoral	Natureza, esportes náuticos	2019
Eslovênia: cenários deslumbrantes no coração da Europa	Eslovênia	Montanha	Natureza, monumentos históricos e cultura	2020
Fonte: Qual Viagem, 2020. Eaboração: CASTRO, 2020				

APÊNDICE D – VÍDEOS PUBLICADOS NO YOUTUBE COM USO DO TERMO "PARAÍSO" EM TÍTULOS OU TAGS DE CATEGORIZAÇÃO

Título do vídeo	Canal	Visualizações	Destino	Ambiente	Publicidades realizadas	Informações sobre logística de acesso	Infraestrutura	Serviços turísticos e comércio	Paisagens veiculadas	Atrativos	Mês e ano	Link
CARAÍVA BAHIA BRASIL O PARAÍSO É AQUI!	Travelzilla .lam	158.266	Caraíva - Porto Seguro/BA	Litoral	Pousada Jambreiro, Boteco do Pará.	Chega-se em Porto Seguro, ônibus para Caraíva ou taxi para o porto, balsa para Arraial D'Ajuda, ônibus até Caraíva e travessia de canoa até a vila (taxa de conservação).	Inexistência de caixas eletrônicos, ruas de areia, sinalização turística, iluminação apenas dos imóveis.	Pousadas rústicas, comércio de rua, passeios, gastronomia diversificada.	Monte Pascoal, rio Caraíva, Praia da Barra, Praia de Caraíva, Praia do Satú, Praia do Espelho, Praia dos Amores, Ponta do Corumbau.	Patrimônio histórico e cultural, jogue-taxi, esportes náuticos, praia, artesanato indígena, passeios, vida noturna, gastronomia	mai/19	https://www.youtube.com/watch?v=e6qzRD0m_kc
Jericoacoara: O que Fazer, Dicas e Melhores Passeios em Jeri - Ceará	Viagens Cine	467.322	Jericoacoara - Jijoca de Jericoacoara/CE	Litoral	Jeri Off Road, Alchemist Beach Club, Pousada e Restaurante Paraíso Natural.	Chegada a Jijoca de Jericoacoara, 4x4 até a vila (taxa de turismo sustentável).	Ruas de areia, iluminação apenas dos imóveis, sinalização turística.	Pousadas, gastronomia diversificada, passeios, comércios de rua.	Duna do Pôr-do-Sol, Pedra Furada, Lagoa do Paraíso, Mangue Seco, Lagoa da Tatajuba.	Praia, gastronomia, passeios.	dez/18	https://www.youtube.com/watch?v=Te8xD_MbrORO
São Miguel dos MILAGRES - Um PARAÍSO no BRASIL	Num Pulo	562.582	São Miguel dos Milagres/AL	Litoral	Pousada da Amendoeira, Toninho Passeios Bike, Camboa Ecoturismo, Galego do Buggy, Jangadeiro Roxo.	-	-	Pousadas, passeios diversificados.	Praia do Toque, Praia do Patacho, Rio Tatuamunha, Praia da Lage, Praia do Morro, Praia de Carro Quebrado.	Praia, passeios, Projeto Peixe-Boi, tranquilidade, piscinas naturais, natureza.	jan/19	https://www.youtube.com/watch?v=L0cWBJfyhrs

Búzios - Un paraíso de Brasil	La Familia Viajera	198.855	Armação dos Búzios/RJ	Litoral	Latam, Movida, AutomovilClub, Aguazul Hotel Pousada, Hotel Rio Búzios, Hotel Ilha Branca Inn	Chega-se ao Rio de Janeiro, terrestre para Armação dos Búzios.	Sinalização turística, pavimentação de rocha.	Barraquinhas de praia, comércio ambulante, gastronomia diversificada,	Praias de João Fernandes e João Fernandinho, Praias Azeda e Azedinha, Centro de Búzios.	23 praias, esportes náuticos, caipirinha brasileira, natureza, vida noturna, gastronomia	dez/19	https://www.youtube.com/watch?v=xrRwauQm1_A
JALAPÃO - Tocantins, Brasil 4K Ultra HD	Um Viajante	519.799	Pq. Estadual do Jalapão - Mateiros/TO	Cerrado	-	-	-	Transporte, comércios de alimentos	Fervedouro Bela Vista, Serra do Espírito Santo, Comunidade Mumbuca, Cachoeira do Formiga, Dunas do Jalapão, Cachoeira da Velha, Cânion do Sussuapara	Natureza, esportes de aventura, artesanato quilombola, passeios.	mai/18	https://www.youtube.com/watch?v=ZK2firM_HTC
UM PARAÍSO CHAMADO ICARAIZINHO DE AMONTADA	viajando sem parar	14.430	Icaraí de Amontada - Amontada/CE	Litoral	Pousada Vayu, Restaurante Aroma, Papaya Beach Club	Chega-se à Fortaleza, terrestre até Amontada.	Acesso à praia em areia.	Pousadas de charme.	Praias de Icaraízinho de Amontada	Praia, tranquilidade, kite surf.	out/18	https://www.youtube.com/watch?v=iSbiQTWwFo
ILHA DE SANTO ALEIXO - O PEQUENO PARAÍSO	Vidarreta da Turismo e Aventura	16.416	Ilha de St. Aleixo - Sirinhaem/PE	Litoral	-	Chega-se a Sirinhaem, barco até a Ilha de Santo Aleixo	-	Transporte aquático, comércio de alimentos e bebidas.	Ilha de Santo Aleixo, Praia da Ferradura.	Praia, natureza, mergulho.	abr/19	https://www.youtube.com/watch?v=aLFi-6nhMDM
UM PARAÍSO SECRETO NO CEARÁ - ICARAÍ DE AMONTADA	Lívia Brasil	30.265	Icaraí de Amontada - Amontada/CE	Litoral	Pousada Café Zapata, Adocica Bistrô, Uru Restaurante, Passeios Icaraízinho, Papaya Beach Club.	-	Vias calçamentadas, acessos à praia em areia.	Pousadas de charme, gastronomia.	Praia de Icaraízinho de Amontada, Rio Aracatiaçu, Praia de Moitas.	Praia, kite surf, natureza, passeios.	nov/18	https://www.youtube.com/watch?v=cXp7Vbhg2zM
ILHA DE ITAMARACÁ - Paraíso em Pernambuco	Estrangeira	12.021	Ilha de Itamaracá/PE	Litoral	Pousada Refúgio do Forte.	Chega-se à Recife, terrestre até Ilha de Itamaracá.	-	Barracas de praia, gastronomia,	Forte Orange, Praia de São Paulo, Praia do	Forte Orange, praia, passeios.	ago/19	https://www.youtube.com/watch?v=CJa4YoCqTr4

								transporte aquático.	Sossego, Ilha da Coroa do Avião.			
CONHEÇA A PRAIA DE CARNEIROS EM TAMANDARÉ, O PARAÍSO DE PERNAMBUCO MAIS BONITO QUE PORTO DE GALINHAS	Viaje Por Conta	56.498	Carneiros - Tamandaré/PE	Litoral	Pousada Praia de Carneiros, Manguezal Ecoturismo, Restaurante Tapera do Sabor.	Chega-se a Tamandaré, terrestre até Carneiros.	-	Transporte aquático, comércio de bebidas e alimentos, gastronomia.	Capela de São Benedito, bancos de areia.	Praia, passeios, Capela de São Benedito, natureza, banho de argila.	fev/20	https://www.youtube.com/watch?v=uKQtSwajR3A
Conheça SÃO MIGUEL DOS MILAGRES! Um paraíso no BRASIL!	Sabrina Bull	12.297	São Miguel dos Milagres/AL	Litoral	Movida, Pousada da Amendoeira	Chega-se a Maceió, terrestre até São Miguel dos Milagres.	-	Sistema de hospedagem diversificado, gastronomia, passeios	Praia do Patacho	Praia, piscinas naturais, passeios,	nov/19	https://www.youtube.com/watch?v=tnNWJG5RgBY
BONITO, um paraíso no Mato grosso do Sul Brasil Série Viaje Comigo	Viaje Comigo	35.534	Bonito/MS	Pantanal	Pousada Olho D'água, Bonitour, Ecopark Porto da Ilha, Refúgio Ecológico Rio da Prata.	Chega-se a Campo Grande, terrestre até Bonito.	Estradas de terra.	Sistema de hospedagem diversificado, gastronomia diversificada, passeios, fazendas.	Gruta de São Miguel, Caverna do Lago Azul, Rio Formoso, Rio Sucuri, Rio Mimoso, Cachoeira Boca da Onça, Buraco das Araras, Lagoa Misteriosa, Rio Olho D'Água.	Passeios, natureza, esportes de aventura, vida silvestre, Projeto Jibóia.	dez/13	https://www.youtube.com/watch?v=0Hzu1G4Ai4
Praia Secreta, o paraíso de Vila Velha no Espírito Santo.	Dicas de Turismo	27.545	Praia Secreta - Vila Velha/ES	Litoral	-	Terrestre pela orla da praia da Costa	Escadaria de acesso.	-	Praia Secreta	Água limpa, pesca, fluxo pequeno de usuários.	dez/18	https://www.youtube.com/watch?v=xCmmXGjph5A
Um pedacinho do paraíso no interior de SC!	Vale Agrícola	410.889	Presidente Nereu/SC	Montanha	Sítio Colina	Terrestre a partir de Presidente Nereu até a localidade de Rio Bandeira.	-	Chalés de madeira, gastronomia colonial.	Sítio Colina.	Contato com a vida do campo, tranquilidade, natureza, agricultura orgânica, passeios, esportes de aventura.	mai/19	https://www.youtube.com/watch?v=V44ghxPaKQ

CONHECI O PARAÍSO E ELE FICA NO BRASIL JERICOACOARA - VLOG - Lore Souza	Lore Souza	232.657	Jericoacoara - Jijoca de Jericoacoara/CE	Litoral	Mundomo Glamping, Alchymist Beach Club.	Chega-se a Fortaleza, terrestre até Jijoca de Jericoacoara, 4x4 até a vila.	-	Gastronomia diversificada, sistema de hospedagem diversificado,	Vila de Jericoacoara, Mundomo Glamping, Morro do Serrote, Pedra Furada, Mangue Seco, Lagoa do Guriú, Lagoa do Paraíso.	Praia, camping, Pedra Furada, vida noturna, passeios, gastronomia	fev/19	https://www.youtube.com/watch?v=vV02vbFhVdw
Jamaraquá, um paraíso escondido na floresta amazônica - Turismo Brasil (Região Norte)	Turismo Aqui	4.221	Jamaraquá - Belterra/PA	Floresta	-	-	-	Arquitetura ribeirinha (uso de palha e madeira).	Floresta Nacional do Tapajós, Rio Tapajós.	Natureza, preservação, modo de vida ribeirinho, artesanato local, trilha.	nov/17	https://www.youtube.com/watch?v=SiBCOYJ13LM
A QUARENTENA no paraíso da Bahia. ARRAIAL D' AJUDA sem turista?	Viagens do Roger	4.606	Arraial D'ajuda - Porto Seguro/BA	Litoral	-	-	Acessos à praia limitados (por conta da ocupação por empreendimentos turísticos e imobiliários)	Comércio diversificado, gastronomia diversificada,	Santuário Nossa Senhora D'Ajuda, Praia de Mucugê, Praia dos Pescadores, Fonte Nossa Senhora D'Ajuda, Praia Apaga Fogo, Praia Araçaípe, Praia do Pitinga, Praia de Taipe, Lagoa da Barra	Patrimônio histórico e cultural, praia, falésias, passeios, mergulho.	abr/20	https://www.youtube.com/watch?v=tMeTV60i5Os
ITÁ: PARAÍSO EM SC, AVENTURA NO LAGO!	Apure Guria!	12.532	Itá/SC	Lago	-	-	-	-	Igreja submersa, Mirante do Vertedouro	Lago da represa, tirolesa, natureza, natação.	abr/17	https://www.youtube.com/watch?v=BI4l-OcM_AU
EL PARAÍSO BRASILEÑO BR Arraial do Cabo, Rio de Janeiro	El Chad TV	285.562	Arraial do Cabo/RJ	Litoral	Personal Paraguay	Chegada de barco ao local.	-	-	Praia do Atalaia, Praia do Farol.	Praia, caipirinha, esportes náuticos.	jul/19	https://www.youtube.com/watch?v=-OniXgvjro
Corumbau Bahia (o paraíso "Longe de Tudo") conheça	Turismo de Valor	2.272	RESEX de Corumbau - Prado/BA	Litoral	-	Terrestre até Corumbau (limitação de ônibus e número	Estrada em condições regulares	Hospedagens e restaurantes simples.	Ponta do Corumbau, Farol de Corumbau.	Praia, tranquilidade, passeios, esportes náuticos.	jan/19	https://www.youtube.com/watch?v=cFt3LYcFTkQ

						de pessoas no local).						
MACEIÓ E MARAGOGI - ALAGOAS PROGRAMA VIAJE COMIGO	Viagem Comigo	238.502	Maragogi/AL	Litoral	Movida, Pousada Barra Velha, Pontal do Maragogi,	Chega-se a Maceió, terrestre até Maragogi	-	Passeios.	Praia de Peroba, Praia de Burgalhau, Praia de Barra Grande, Praia de Antunes, Praia do Xaréu, Porto de Pedras	Praia, piscinas naturais, passeios, mergulho, Associação Peixe-Boi	jul/18	https://www.youtube.com/watch?v=LrY4hadedcX0
O que fazer em Maceió, Alagoas? - Dicas para sua viagem de turismo e férias no Paraíso das Águas	Viagem e Arquitetura	9.086	Maceió/AL	Litoral	Hibiscus Beach Club.	-	-	Comércio de artesanato, passeios.	Feirinha de Artesanato da Pajuçara, Praia de Ipióca, Praia do Gunga, Falésias do Gunga.	Praia, artesanato, falésias, passeios.	out/17	https://www.youtube.com/watch?v=UutEyPwSYU0
TRABALHO NO PARAÍSO PARATY PRAIA T1-BRASIL EP.144	Mundo em Verde e Amarelo	3.928	Paraty/RJ	Montanha	Pousada do Corsário	Terrestre até Paraty.	-	-	Praia Vermelha do Norte,	Praia, patrimônio histórico e cultural,	ago/17	https://www.youtube.com/watch?v=YceHfNA989w
O CARIBE AMAZÔNICO Alter do Chão - Santarém Pará	Torrada Torrada	35.349	Alter do Chão - Santarém/PA	Rio	Restaurante Casa do Saulo, Restaurante do Italiano, Restaurante Farol da Ilha, Pousada Alter.	Áereo até Santarém, terrestre até Alter do Chão.	Transporte de barco.	Gastronomia típica, serviço de passeios, barracas de praia, comércio de bebidas, barco hotel,	Vila de Alter, Ilha do Amor, Praia do Caranapari, Floresta Nacional do Tapajós, Ponta do Icuixi, Praia de Cajutuba, Ponta do Maguari, Praia do Urucureá.	Praia, natureza, gastronomia, passeios, rusticidade, piracaiá (assado de peixe e frutos na praia), vida noturna, esportes de aventura, igarapé.	dez/19	https://www.youtube.com/watch?v=rbOexbRe-g8
VACACIONES EN BRASIL, TRANCOSO UN PARAÍSO La Gracia de viajar #01	lagraciad eviajar	6.449	Trancoso - Porto Seguro/BA	Litoral	Tapioca da Elma, Pousada Segredos.	Áereo para Porto Seguro, terrestre para Trancoso.	Ruas de areia.	Gastronomia típica, comércios de rua, pousadas e hotéis rústicos.	Praia do Uxua.	Patrimônio histórico e cultural, festas e danças populares,	jul/19	https://www.youtube.com/watch?v=laWUpCKO4U0

										praia, natureza.		
Praia dos Carneiros, tamandaré, Pernambuco - Turismo por uma das praias mais bonitas do Brasil!	Viagem e Arquitetura	19.125	Carneiros - Tamandaré/P E	Litoral	Barraca Bora-Bora, Bar da Prainha.	Terrestre até Carneiros.	-	Passeios, comércio de bebidas e alimentos.	Reserva Biológica de Saltinho, Praia dos Carneiros.	Praia, natureza, piscinas naturais, esportes náuticos, Capela de São Benedito.	jan/17	https://www.youtube.com/watch?v=A2QetcTnZF4
CAPITÓLIO MG CANYONS em FURNAS VISTO DE CIMA Paraíso em MINAS GERAIS Parte #2	VIAGENS PELO BRASIL	86.667	Capitólio/MG	Rio	-	-	-	-	Caniões de Furnas.	Caniões, passeios, natureza, cachoeiras,	abr/16	https://www.youtube.com/watch?v=O9Xh8SEEdNo
Caraíva na Bahia o Vilarejo Mágico do Brasil	Turismo de Valor	3.643	Caraíva - Porto Seguro/BA	Litoral	Ateliê da Duca, Pousada Pataxós.	Terrestre até Nova Caraíva, travessia do rio Caraíva até a vila (taxa de conservação).	Sinalização turística, ruas de areia	Gastronomia diversificada, pousadas rústicas.	Rio Caraíva, Vila de Caraíva.	Jegue-taxi, kite surf.	fev/19	https://www.youtube.com/watch?v=79DlpPyN6F4
PARQUE de LAS AVES EXÓTICAS y DEL PARAÍSO / CATARATAS de IGUAZÚ / FOZ / Brasil /	calasazules	52.758	Foz do Iguaçu/PR	Rio	-	-	-	-	Parque das Aves,	Vida silvestre, natureza,	ago/13	https://www.youtube.com/watch?v=4prN7lvQfMc
LENÇÓIS MARANHENSES - BRASIL Programa Viagem Comigo	Viagem Comigo	97.193	Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses - Barreirinhas/MA	Litoral	-	Aéreo até São Luís, terrestre até Barreirinhas.	Transporte de barco, estradas precárias de areia solta,	Poucas pousadas e restaurantes, serviços de passeio e traslado.	Centro Histórico de São Luís, vila de Alcântara, Lençóis Maranhenses, Rio Preguiças, Vassouras, Farol Preguiças, Vila de Caburé, Ponta do Atins, Vila de Santo Amaro,	Patrimônio histórico e cultural, passeios, natureza, comunidades ribeirinhas, dunas, lagoas interduares, artesanato.	dez/16	https://www.youtube.com/watch?v=kfgRVT0X9Rk

									Lagoa das Andorinhas.			
Conheça tudo sobre Porto de Galinhas, um paraíso brasileiro	L2 News	17.650	Porto de Galinhas, Ipojuca/PE	Litoral	Havaiana Beach Bar, Tripsi Turismo, Supamigos.	-	-	Barracas de praia, sistema de hospedagens diversificado, gastronomia diversificada.	Praia de Porto de Galinhas.	Praia, trilhas, passeios, esportes náuticos.	jun/17	https://www.youtube.com/watch?v=T4ObQ_NjEk4A
BONITO - BRASIL	Turistean do Por Bolivia y el Mundo	51.044	Bonito/MS	Pantanal	Complexo Turístico Nascente Azul, Hotel Fazenda Cachoeiras Serra da Bodoquena.	Aéreo até Mato Grosso, terrestre até Bonito.	-	Hotéis fazenda, complexos turísticos, serviços de passeio, barracas.	Praia da Figueira, Serra da Bodoquena, Rio Betione.	Natureza, esportes de aventura, praia, esportes náuticos, cascatas, lagos e piscinas naturais.	jan/18	https://www.youtube.com/watch?v=tdZQhXAEHf4
Serra da Capivara, Piauí: pinturas rupestres, turismo e segredos milenares (OrigensBR #1)	360meridianos	11.540	Parque Nacional da Serra da Capivara - João Costa/PI	Caatinga	Seguros Promo, Passagens Promo.	Aéreo até Petrolina/PE, terrestre até a serra da Capivara.	-	Serviços de condução.	Serra da Capivara, Boqueirão da Pedra Furada, Sítio Arqueológico Toca do Paraguaio, Museu do Homem Americano, Museu da Natureza.	Parque, natureza, pinturas rupestres, esportes de aventura, turismo arqueológico, museus naturais, turismo comunitário.	jul/19	https://www.youtube.com/watch?v=EkDozgiw-rw
ELA NADOU EM UM PARAÍSO POÇO DA ESMERALDA Carrancas - MG T.7/EP.15	Casal da Lavanda	32.859	Carrancas/MG	Montanha	Complexo da Zilda, Complexo da Fumaça, Camping Aconchego da Serra, Carrancas	-	Mancha urbana próxima.	Complexos turísticos, campings, serviços de passeios, comércio de artesanatos, culinária típica.	Cachoeira da Esmeralda, Poço dos Três Irmãos, Cachoeira da Fumaça. Cachoeira Vêu de Noiva.	Cachoeiras, natureza, trilhas, camping.	nov/17	https://www.youtube.com/watch?v=kHyZbnVcSMI

					Ecoadventure , Padaria da Gema, Camping Sossego do Jeca							
O que fazer em Canoa Quebrada em 1 dia: passeio de buggy, jangada e parapente (com preços)	Viajante Independ ente	113.033	Canoa Quebrada - Aracati/CE	Litoral	Barraca Freedom, Barraca Lazy Days, Restaurante o Naim	-	-	Pousadas diversificadas, gastronomia diversificada, serviços de passeios, comércio de artesanatos, comércio diversificado.	Vila de Canoa Quebrada, Praia de Canoa, Broadway.	Praia, esportes náuticos, passeios, atividades de aventura, lagoas interdunares , falésias, vida noturna.	mar/19	https://www.youtube.com/watch?v=hjS89dSAgI

Fonte: *YOUTUBE*, 2020. Elaboração: CASTRO, 2020.

**APÊNDICE E – DESTINAÇÕES LITORÂNEAS MARCADAS COMO PARAÍSO
PELOS USUÁRIOS DO *INSTAGRAM*.**

UF	Município / Região - Destinação	Publicações	Publ. por UF	Publ. por região
AM	Manaus - Praia do Iluminado	1	1	9
PA	Salinópolis - Praia da Marieta	1	8	
	Santarém	1		
	Maracanã - Ilha de Algodual	5		
	Ilha de Marajó	1		
MA	Lençóis Maranhenses	1	1	107
PI	Cajueiro da Praia	1	2	
	Barra Grande	1		
CE	Amontada - Icarai de Amontada	3	22	
	Itarema - Ilha do Guajiru	2		
	Fortaleza	1		
	Jijoca de Jericoacoara	15		
	Paracuru	1		
RN	Tibau do Sul - Pipa	1	11	
	Canguaretama - Barra do Cunhaú	2		
	Natal	2		
	Baia Formosa	2		
	Parnamirim - Praia de Cotovelo	1		
	Sen. Georgino Avelino - Praia de Laguna	1		
	São Miguel do Gostoso	2		
PB	Conde - Tambaba	4	12	
	Conde - Praia de Coqueirinho	4		
	João Pessoa	4		
PE	Cabo de S. Agostinho - Calhetas	1	16	
	Fernando de Noronha	5		
	São José da Coroa Grande	1		
	Ipojuca - Porto de Galinhas	5		
	Ipojuca - Serrambi	1		
	Ilha de Itamaracá	1		
	Goiana - Ponta de Pedras	1		
	Paulista - Maria Farinha	1		
AL	Barra de São Miguel	2	17	
	São Miguel dos Milagres	3		
	Maragogi	5		
	Maceió	4		
	Japaratinga	1		
	Porto de Pedras - Tatuamunha	1		
	Roteiro - Praia do Gunga	1		
BA	Cairu - Morro de São Paulo	9	26	
	Cairu - Ilha de Boipeba	3		

	Porto Seguro	5		
	Salvador - Ilha de Maré	1		
	Salvador	2		
	Prado	1		
	Prado - Ponta do Corumbau	1		
	Mata de S. João - Praia do Forte	2		
	Santa Cruz Cabralia - Santo André	1		
	Península de Maraú	1		
ES	Fundão - Praia Grande	1	5	80
	Anchieta - Praia de Ubu	1		
	Conceição da Barra - Itaúnas	2		
	Piúma	1		
RJ	Armação dos Buzios	2	54	
	Arraial do Cabo	15		
	Saquarema	7		
	Niterói - Piratininga	1		
	Niterói	2		
	Angra dos Reis	9		
	Rio de Janeiro	5		
	Cabo Frio	6		
	Restinga da Marambaia	2		
	Paraty	2		
	Rio das Ostras	2		
	Araruama	1		
SP	Ilhabela	6	21	
	São Sebastião - Maresias	1		
	São Sebastião	2		
	Ubatuba	7		
	Mongaguá	1		
	Praia Grande	1		
	Caraguatatuba	1		
	Itanhaem	2		
PR	Paranaguá - Ilha do Mel	3	3	
SC	Florianópolis	14	40	43
	Palhoça - Pinheira	1		
	Palhoça	1		
	Imbituba	3		
	Imbituba - Praia do Rosa	4		
	Garopaba	1		
	Bombinhas	4		
	Jaguaruna	1		
	Paulo Lopes - Guarda do Embaú	2		
	Itajaí	3		
	Barra Velha - Praia do Tabuleiro	1		
	Balneário Camboriú	3		

	São Francisco do Sul - Ilha de S. Francisco do Sul	1		
	Penha	1		
	Total		239	

Fonte: *INSTAGRAM*, 2019. Elaboração, CASTRO, 2020.