

# O PARAÍSO TURÍSTICO ENQUANTO FORMA URBANA PARTICULAR NO LITORAL BRASILEIRO

TIAGO DA SILVA CASTRO<sup>1</sup>

[tiagoge@gmail.com](mailto:tiagoge@gmail.com)

## RESUMO

As funções urbanas da costa brasileira são diversificadas conforme novos significados são inseridos nesta parcela do território. A partir de 1950, contribuintes bastante específicos são responsáveis pela ressignificação das zonas de praia enquanto paraísos litorâneos turísticos. A pesquisa investiga a formação das imagens turísticas de paraísos litorâneos brasileiros e os impactos desta nas dinâmicas existentes, utilizando o levantamento de metadados de folksonomia das plataformas colaborativas para discutir a imagética turística, os fluxos e as ações de planejamento turístico.

Verifica-se que a ressignificação do termo paraíso denota importantes estratégias de associação das imagens turísticas a valores eternos, funções urbanas e possibilidades de encaminhamento de ações de planejamento urbano e territorial.

**Palavras-chave:** Paraísos litorâneos, urbanização litorânea, turismo, folksonomia.

## ABSTRACT

***The tourist paradise as a particular urban form on the brazilian coast.***

*The urban functions of the Brazilian coast are diversified as new meanings are inserted in this part of the territory. From 1950 on, very specific contributors are responsible for the re-signification of beach areas as seaside tourist paradises. The research investigates the formation of tourist images of Brazilian coastal paradises and the impacts of this on existing dynamics, using the folksonomy metadata survey of collaborative platforms to discuss tourist images, flows and tourism planning actions. It is verified that the re-signification of the term paradise denotes important strategies of association of tourist images to eternal values, urban functions and possibilities of routing urban and territorial planning actions.*

**Keywords:** coastal paradises, coastal urbanisation, tourism, folksonomy.

<sup>1</sup> Pesquisador do Observatório das Metrópoles Núcleo Fortaleza e Grupo de Pesquisas CILITUR - Universidade Federal do Ceará-UFC.

### **NÃO É EXAGERO CITAR QUE A COSTA**

brasileira trata-se de parcela do território nacional na qual realizam-se as formas sociais mais diversas de produção e reprodução. Pode-se afirmar, pouco mais de cinco séculos após a chegada das grandes navegações e funções ligadas à economia europeia, que a zona costeira nacional se tornou um extenso territorial repleto de formas diversas de uso e ocupação.

Referidas formas urbanas são constituídas por metrópoles provenientes das fixações lusas, francas e flamengas, vilarejos litorâneos associados às comunidades tradicionais, áreas metropolitanas recentes de vilegiatura

marítima, núcleos de ocupação ligados à geração eólica, à carcinicultura e às atividades industriais associadas às zonas portuárias, bem como destinações turísticas consideradas enquanto paraísos litorâneos turísticos.

Mencionadas formas urbanas, notadamente associadas ao mito bíblico e seus respectivos contribuintes, denotam processo de produção que não evidencia o Estado ou o setor privado enquanto agentes de turistificação, mas sim os discursos religiosos, as visões dos exploradores da antiguidade, os turistas e a imagética moderna reproduzida por estes, gradualmente constituindo destinações singulares em termos de formas e funções urbanas. São estes os casos de Jericoacoara (CE), Maragogi (AL), Morro de São Paulo (BA), Pontal do Atalaia (RJ) e Bombinhas (SC), bem como outros em escala global, como Bali, na Indonésia, Goa, na Índia, Pukhet, Tailândia, e Ambergris Caye, em Belize (CASTRO, 2021).

Citadas destinações constituem-se não apenas enquanto importantes polos receptores de fluxos turísticos em suas escalas regionais, mas sobretudo enquanto pontos fundamentais da rede de espaços turísticos globais, denotando dinâmicas bastante singulares de turistificação, caracterização espacial, configuração da paisagem e morfologia urbana, formação da imagem turística, dinamização de mercado e planejamento urbano.

Entende-se assim ser fundamental a mencionada discussão, posto essa evidenciar a produção de formas urbanas e turísticas que mesmo distantes dos sistemas de objetos metropolitanos, encontram-se fundamentalmente associadas ao sistema estrutural de ações provenientes de metrópoles em escala global.

Referidas ações perpassam inicialmente pelas leituras religiosas de mundo, que são ressignificadas pelas visões dos viajantes e navegadores, desembocam nas demandas e fluxos de turistas aloctônicos, desdobram-se na posterior constituição de cadeias produtivas locais, na massificação do número de visitantes e na propagação de imagens turísticas por intermédio da popularização das redes sociais e das plataformas colaborativas.

## O ÉDEN, AS AFORTUNADAS E OS ELEMENTOS DO PARAÍSO TERREAL

A elaboração dos significados, do imaginário e da paisagem do que é hodiernamente aceito enquanto paraíso transita pela influência de considerável número de visões e discursos naquilo que é compreendido enquanto significativo dos elementos qualificadores e dos valores eternos concernentes ao paraíso mítico.

Conforme Aoun (2003), são cultural e espacialmente diversas as contribuições religiosas naquilo que atualmente é aceito e propagado enquanto paradisíaco, e isto denota não apenas o potencial de aceitação espaço-temporal do paraíso enquanto meta de vida, mas sobretudo as aproximações simbólicas entre crenças provenientes de 4.000 a.C. nos continentes asiático, africano e americano.

Mencionadas visões gradualmente conformam o que no texto bíblico é finalmente chamado de Éden, que para Heinberg (1991), trata-s de um amálgama dos principais elementos considerados benéficos nas diversas visões e crenças sobre o paraíso. Segundo Castro (2021, p. 50):

[...] 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.

Constitui-se assim um sistema de representações fortemente pautado em crenças religiosas, teocráticas e mesmo aborígenes nas quais o

pós-vida se configura enquanto busca por estadia ideal em espaço prometido, sagrado, protegido dos males e repleto de possibilidades àqueles e àquelas que fizerem por merecê-lo (HOLANDA, 2000).

Apesar das consideráveis aproximações, é notório que apenas alguns destes tiveram êxito de propagação ao longo dos últimos milênios, sobretudo quando analisados os respectivos contribuintes e elementos associados. São estes o Éden cristão, portador do jardim eterno e capaz de conferir a liberdade ao casal escolhido, as Ilhas Afortunadas da Antiguidade Clássica, guardiãs dos Campos Elíseos e do tempo de descanso dos heróis da Idade do Ouro.

O ideal de paraíso fundamental se configura a partir destes dois mitos, unindo assim as paisagens e elementos do jardim floresta, os vastos campos e as praias desertas, os quais, formados por conjuntos de elementos compreensíveis, são perfeitamente plausíveis de existência no mundo real e, portanto, cerne o ideário medieval sobre a suposta existência do paraíso terrestre (HOLANDA, 2000).

Isto é, as leituras religiosas e mitológicas sobre o Éden, as Ilhas Afortunadas e seu conteúdo, os Campos Elíseos, bem como as análises científicas dos mitos e signos associados, ressaltam que muito do que se entendia durante a Antiguidade Clássica e o período das grandes navegações enquanto paraíso era composto por elementos e fenômenos representados pela força do mar, por mistérios que envolviam as regiões insulares, pela aversão diluviana pelas zonas de praia e por lendas que envolviam o mar e os ambientes a este associados.

Não é incomum, portanto, que muitos dos navegadores e exploradores que permeiam a história dos séculos XIV ao XVIII ressaltem elementos costumeiramente associados ao imaginário fantástico arraigado na Europa, casos da existência de navios fantasmas, monstros marinhos (Il. 1), ilhas cobertas por névoa intransponível, seres fantásticos

## PAISAGENS HÍBRIDAS

habitantes de novos continentes e montanhas que reluziam à distância (DELUMEAU, 2009).



Il. 1: Carta Marina de Olaus Magnus de 1539.  
Fonte: FLICKR, 2013.

Referida representatividade dos elementos litorâneos e as respectivas associações é historicamente tão considerável, que estes foram gradualmente incorporados às leituras que tratam da existência do paraíso na superfície terrestre, aos desafios de sua conquista e às vontades divinas diante da movimentação oceânica, através de escritos sacros, artes plásticas, diários de bordo, relatos de viagem, discursos religiosos e poemas.

Não se estranha o fato de que o imaginário social europeu, fortemente associado à religiosidade, tenha o mar enquanto principal fonte de medo. Corbin (1989) ressalta que enquanto elemento profilático dos pecados humanos, o mar constitui-se enquanto portador do poder diluviano de destruição.

Da mesma maneira, Delumeau (2009) denota que os temores em relação ao mar não se constituem apenas por intermédio do relato bíblico sobre o dilúvio, mas sobretudo por acontecimentos históricos – casos das invasões bárbaras, da maresia destrutiva, dos ataques piratas no Mar do Caribe e da inconstância dos ventos e ondas que abandonava navios ao mar – e as representações artísticas destes.

Na constituição dos gatilhos do medo em relação ao mar, somam-se a tais contribuintes a suposta existência de monstros habitantes do elemento líquido, navios fantasmas que circulavam nos diversos oceanos, ilhas de criaturas e maldições que poderiam ocasionar o desaparecimento de embarcações ou frotas inteiras (TOMÁS, 2013). Conforme Tomás (2013, p. 5), o mar é:

[...] 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.

Como analisado, são muitas as razões para que o mar inspire medo e incerteza, ocasionando assim que muitas das grandes navegações realizadas a partir do século XV seguissem geralmente as mesmas rotas náuticas em direção às Américas e às ilhas do Caribe já ocupadas.

A dissociação entre a paisagem marítima e os aspectos negativos detentores do medo perpassa por considerável contribuição de algumas visões de mundo diversas, interpretações estas que gradualmente associam a paisagem litorânea aos valores considerados qualificadores desta enquanto benéfica à humanidade (CORBIN, 1989). Paulatinamente, referidas leituras sobre as zonas de praia incorporam elementos constituintes do mito paradisíaco, como a ideia de dádiva divina, as benesses da ambiência litorânea e os valores eternos que evocam tranquilidade, abundância e grandiosidade da obra divina.

O processo de modificação das bases de pensamento sobre a zona costeira se constitui mediante sucessivas assimilações e interpretações por parte de diversos agentes. A primeira destas define-se a partir da compreensão dos paraísos míticos por parte dos grandes navegadores. Assim, não é incomum encontrar interpretações atribuídas a Cristovão Colombo, Marco Polo, Vasco da Gama e John Cabot que destacam as paisagens encontradas e as características das ilhas e continentes recém-descobertos enquanto regiões retratadas nas descrições litúrgicas sobre o paraíso (HOLANDA, 2000).

Fontes da juventude, árvores de frutos dourados, habitantes pacíficos, rios repletos de joias, terras férteis e longevidade natural são apenas algumas das propriedades que as ilhas e as novas porções de terra reservavam aos navegadores corajosos o bastante para alcança-las. Quando tais elementos não estavam nos relatos, certamente o local se constituía enquanto parte de algum fato histórico considerado sagrado.

A partir do século XVI são outras as leituras sobre o mar que irão transpor os símbolos do glossário mítico para o espaço. Corbin (1989) ressalta ao



menos quatro interpretações: a teologia natural, para a qual a praia e o mar representam dádivas divinas e provêm alimento e testemunho do divino; os poetas românticos que consideram a imensidão do mar enquanto fonte de inspiração; o discurso médico higienista, responsável pela elaboração de tratamentos a problemas físicos e psicológicos; os viajantes desejosos pela aventura robinsoniana<sup>1</sup>, desejosos por emoção, riscos e um escapismo material das realidades vigentes.

Mencionadas interpretações sobre a praia são responsáveis pela resignificação de elementos componentes do edênico, o que notadamente constitui uma sequência de signos e valores favoráveis às zonas de praia até meados do século XX. Se para a teologia natural as praias e o mar representam a grandeza da obra divina, só esta visão não é capaz de conformar novos modelos de apreciação destes ambientes, apesar de contribuir para o processo em curso.

A busca por inspiração e as práticas estabelecidas pelos poetas dão o tom sobre novos usos da praia, realizando caminhadas, contemplação, banhos de sol e de mar, descrições sobre as cores durante o nascer e o pôr do sol. O discurso médico não apenas foi responsável pela atribuição de propriedades curativas ao usufruto da ambiência litorânea, mas também atribuiu aos banhos de mar e de sol as capacidades terapêuticas sobre tumores, tuberculose, asma, impotência sexual e mesmo melancolia (CORBIN, 1989; WILLIAMS, 2011).

Tais visões sobre as zonas de praia são inicialmente responsáveis pela apropriação dos signos que denotam a pureza divina contida neste ambiente, a exclusividade no ato de visita-lo, as dádivas concedidas pelo usufruto da paisagem, das correntes de ar, dos banhos de mar e, em última instância, o reestabelecimento das condições de saúde durante a fruição deste.

No entanto, referidas leituras apenas ressaltam parte de um sistema de representações que, a partir dos anos de 1950, irá receber influências

---

<sup>1</sup> De acordo com Cordeiro (2007), a figura de Robinson Crusó é a que melhor representa a busca pelo destino paradisíaco, denotando assim aventura, riscos e busca pela descoberta de um local inviolado pelas mãos e desejos do mercado.

fundamentais para a conformação do que atualmente é chamado de paraíso turístico, casos da atuação dos viajantes alocêntricos – em suas mais diversas formas e práticas -, dos magazines de turismo e dos turistas da atualidade, detentores da capacidade de produção de mídia turística.

## **VIAJANTES ALOCÊNTRICOS E A BUSCA PELO PARAÍSO TURÍSTICO**

Se até o século XIX o prazer impellido pelo mar se constitui pela ambiência a ser usufruída a distância, no século seguinte o calor suscita a mudança nos horários de utilização, a edificação de estruturas para uso prolongado, a redução das roupas e o enaltecimento, ainda inconsciente, dos desejos sexuais (MACHADO, 2000).

Ainda, pode-se afirmar que há uma gradual secularização dos sentidos das zonas de praia enquanto representativas de busca por significados de vida, autenticidade, conexão espiritual do ser com a natureza, denotando assim importante atuação da racionalidade científica na redução das cargas religiosas das ações humanas. Segundo Jarratt e Sharpley (2017), os conteúdos religiosos incorporados nas ações são gradualmente substituídos por representações mitológicas fundamentais e nisto estão inclusos os ideais de interação com a natureza em geral, as viagens, o paraíso enquanto estado de espírito.

Neste contexto, Sharpley (2009) enfatiza a praia enquanto espaço com a mais relevante carga espiritual da atualidade, citando algumas motivações que tornam este ambiente enquanto predileto socialmente na realização de atividades lúdicas e recreativas em geral. São estas a sensação de bem estar físico e espiritual, a correspondência entre os ritmos da vida e o ritmo do mar, a noção de liberdade ilimitada, a ideia de liminaridade da praia (caos e estabilidade, fúria e serenidade), a evocação da aventura e o regresso à infância.

O litoral reúne materialmente diversos elementos referentes ao ideal de paraíso terreal, ao passo que historicamente adquire caráter de benéfico à sociedade, passando assim por ressignificações impelidas por diferentes visões e usos cada vez mais específicos. O paraíso terreal, largamente procurado nos séculos anteriores, se constitui nos ideais de abundância, de

cura, do descanso e das liberdades concedidas. Não seriam estes os benefícios verificados na leitura da praia enquanto espaço com funções espirituais, terapêuticas e recreativas?

Se inicialmente poetas, religiosos e médicos denotam a importância do contato com as zonas de praia na busca por inspiração, admiração da obra ou mesmo tratamento de males físicos e espirituais, são os viajantes aloclêtricos<sup>2</sup> – mochileiros, surfistas e aventureiros – e os frontier travellers<sup>3</sup> que suscitam a dissociação entre a praia e os aspectos negativos de outrora, buscando constantemente o usufruto do isolamento e a descoberta destas.

Ao pautarem o deslocamento enquanto percurso espacial e psicológico, citados agentes gradualmente incorporam sentidos espirituais às viagens realizadas (SHARPLEY, 2009). Desta maneira, as viagens dos mochileiros e dos frontier travellers acontecem por motivações que consideram percurso de compreensão de determinadas situações impostas pela sociedade ao viajante e, assim sendo, citados deslocamentos suscitam o afastamento da realidade, buscando uma ruptura com o que é seguro, confortável, conhecido.

Na busca pelo entendimento de seus lugares no mundo, os viajantes aloclêtricos acabam por realizar as viagens enquanto sinônimos de provação, busca pelo desconhecido, aproximação ao que é sublime e essencial na vida, adotando um caráter de peregrinação aos deslocamentos realizados e buscando, sobretudo, destinações que ainda não foram descobertas pelos grandes fluxos de visitantes (LAING; CROUCH, 2009).

De acordo com Laing e Crouch (2009), citados agentes conformam um sistema de representações a serem buscadas enquanto objetivo da viagem, notadamente a incorporação do perigo e da incerteza enquanto desafios, a busca por transformação de seus padrões sociais e de consumo, o enriquecimento das experiências de viagem, a busca por um sentido de

<sup>2</sup> Plog (1973) ressalta as práticas, os tipos de destinações e as tipologias de serviços turísticos utilizados por estes viajantes.

<sup>3</sup> Termo utilizado por Laing e Crouch (2009) para definir os viajantes dispostos a correr riscos e buscar transpor as fronteiras da segurança durante as viagens.

comunidade com outros viajantes e residentes, bem como a possibilidade do retorno ao local de partida e o relato de viagem enquanto parte deste itinerário.

Os mochileiros tornam-se assim responsáveis pela criação de novas formas de apreciação de muitos espaços litorâneos e, conseqüentemente, são os agentes iniciáticos do processo de turistificação de considerável número de destinações. Estas encaixam-se, segundo Butler (1980) notadamente num espectro de destinações alocêntricas, ou seja, nas quais haviam pouquíssimas ou nenhum tipo de infraestrutura turística e condições de acesso.

São estes elementos que denotam os estágios iniciais de turistificação dos balneários litorâneos de Bali, Indonésia, Goa, na Índia, de Pukhet, na Tailândia, Ambergris Caye, em Belize, e Nungwi, na Tanzânia (Il. 2). Cabe ressaltar que a abertura turística destas destinações se efetiva entre as décadas de 1960 e 1970, denotando o importante papel dos mochileiros, surfistas e hippies enquanto únicos capazes fomentar a criação destes paraísos litorâneos turísticos.



Il. 2: Praia de Nungwi e uma das hospedagens locais.  
Fonte: THE Z HOTEL, 2020.

A relação entre os backpackers e as destinações aloccêntricas não acaba aí, pois estas vão gradualmente se constituir enquanto reflexos dos anseios destes agentes (JESUS, 2018). Por se tratarem de áreas de difícil acesso, apenas os viajantes aloccêntricos estão dispostos a enfrentar as caminhadas por trilhas e praia para alcançá-las.

Ao realizarem o mencionado feito, os mochileiros necessitam interagir com a cultura local, objetivando assim a obtenção de alimentação e hospedagem (AOQUI, 2005). Gradualmente são também responsáveis pela criação do estágio embrionário da cadeia produtiva do turismo nos destinos, além de suscitarem a conformação de um sistema de signos que denota o aspecto bucólico das destinações, das relações de trabalho, das possibilidades de usufruto dos atrativos existentes.

Nota-se que, ao contrário do que é socialmente difundido, o impacto dos viajantes aloccêntricos é bastante relevante, sobretudo quando tratadas as vilas litorâneas e seus ainda atuais contextos de isolamento em relação aos núcleos urbanos. Mas as particularidades desta relação não se restringem ao processo de descoberta turística e se estendem ao sistema de representações que irá povoar discursos e imagéticas presentes na popularização do paraíso turístico litorâneo na atualidade.

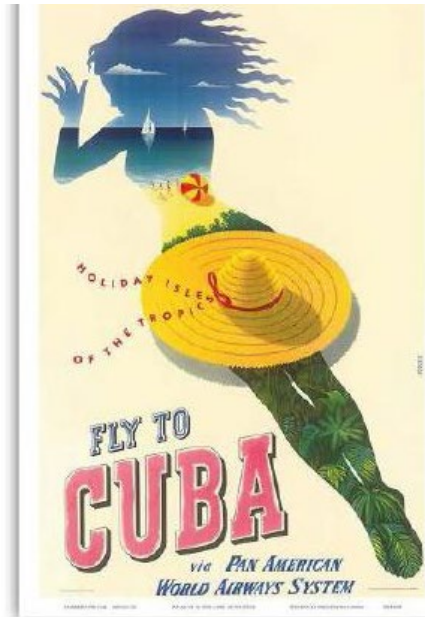
## **PARAÍDOS DOS MAGAZINES DE VIAGEM E DAS REDES SOCIAIS**

O processo embrionário de constituição do paraíso turístico pode ser descrito, como anteriormente afirmado, enquanto uma sobreposição das diferentes formas de fruição da praia. Mas chegado o final do século XX, apenas a corrida dos viajantes aloccêntricos às diversas partes do planeta não justifica a popularização do mencionado termo enquanto definidor de tantos desejos e formas de apreciação das zonas de praia.

Foi necessário mais: mais capacidade de propagação, mais possibilidades de aceitação coletiva em relação a ideia recém-formulada, mais estratégias de consolidação de imagem turística. E isto aconteceu com os magazines de viagens, responsáveis pelo processo de apropriação e divulgação de destinações recém-descobertas.

## PAISAGENS HÍBRIDAS

Ao unir-se ao mercado e apropriar-se da imagética das destinações, a mídia turística adota como função primordial a publicização de destinos e dos atrativos. Inicialmente, por intermédio da criação dos anúncios (Il. 3) que denotam as características singulares de destinações, produtos ou mesmo serviços turísticos, buscam suscitar a experiência sublime ao alcance dos consumidores desejosos pelo prazer proporcionado pelo consumo (URRY, 1996).



Il. 3: Cartazes de promoção turística de Cuba em 1940.

Fonte: MINTUR, 1940.

No entanto, a partir da década de 1990, torna cada vez mais comum o uso de revistas de viagens como instrumentos de transmissão de notícias sobre novas destinações, novas práticas e novas formas de nomear o paraíso. E isto acontece, segundo Urry (1996), mediante uso de dois tipos de olhares turísticos: um olhar romântico, concernente à percepção do destino enquanto representação do paraíso deserto e preservado, enquanto o olhar coletivo considera a importância do fluxo de pessoas como elemento denotador das qualidades turísticas da destinação.

Conforme 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.

Esta função de causar encantamento e produzir interesses em seus potenciais clientes realiza-se com o uso de imagética que media os dois olhares citados por Urry (1996) e discurso que aciona constantemente valores eternos que, para Rocha (1996), significam termos que fazem referências a desejos de grande parte da sociedade em geral, como amor, felicidade, beleza, abundancia, riqueza e mesmo paraíso.

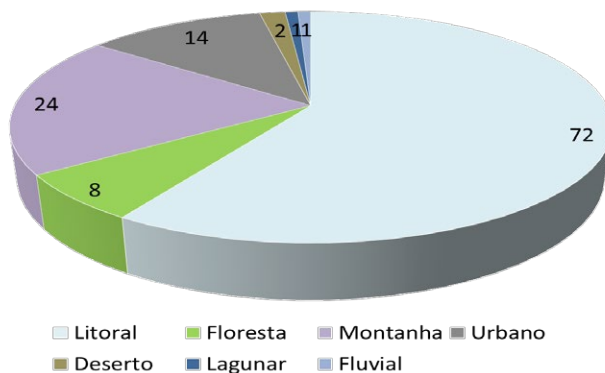
Como ressaltado na discussão, o paraíso não é apenas um termo capaz de ocasionar interesse, mas denota um conjunto de representações que nas mais diversas crenças religiosas e representações seculares de mundo significa aquilo que há de mais sagrado no céu ou na terra e, portanto, é facilmente compreendido. Segundo 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.

Mas nem toda destinação é considerada enquanto paraíso por parte dos magazines de viagem, pois existem algumas características que podem ou não contribuir para tal adjetivação. É isto que acontece no levantamento de matérias que tratam do paraíso turístico realizado junto às revistas *National Geographic Brasil*, *Go Outside* e *Qual Viagem*.

Mencionadas publicações, em virtude de suas tiragens consideravelmente longas e de seus acessos facilidades através de mídias digitais e impressas, tornam-se importantes ferramentas na busca por compreender os signos e elementos que compõem o paraíso destes veículos de comunicação. A ilustração 4 denota o gráfico sobre os principais ambientes ressaltados nas 122 matérias verificadas nestes magazines

De acordo com os levantamentos realizados, 60% das matérias selecionadas ressaltam o litoral como ambiente paradisíaco mais representativo na atualidade. Ainda, dentre os atrativos ressaltados nas 122 matérias das três revistas, os principais atrativos ressaltados são a presença de natureza (69 menções), a prática de esportes de aventura (24), a combinação de sol e praia (21), o acesso à cultura local (16), as possibilidades para esportes náuticos (13) e a presença de importantes equipamentos turísticos.



Il. 4: Gráfico de representatividade dos ambientes nas matérias das revistas GoOutside, National Geographic e Qual Viagem com o uso do termo "paraíso".  
Fonte: GO OUTSIDE, 2020; NATIONAL GEOGRAPHIC, 2020; QUAL VIAGEM, 2020. Elaboração: CASTRO, 2021.



Pode-se afirmar, a partir dos dados sobre o paraíso das revistas de viagens, que este se constitui enquanto espaço litorâneo com considerável disponibilidade de patrimônio natural preservado que permite, por suas características naturais, a realização de esportes de aventura e náuticos. Este paraíso moderno possibilita aos turistas contatos com a cultura dos destinos visitados e usufruto de importantes equipamentos turísticos, usufruindo assim de importantes momentos de descanso e serviços turísticos.

Mencionada definição torna-se importante face à compreensão das características valorizadas ao longo da construção dos signos turísticos permeados pelos símbolos sacralizados, o que não significa dizer que a análise dos magazines possa ser tratada enquanto regra geral, posto sua natureza ser fundamental publicitária.

Mas a importância deste veículo de informação não deve ser minimizada, posto ser um dos primeiros notadamente voltados para a divulgação dos destinos turísticos, importância esta verificada nas palavras de um repórter da *Go Outside* sobre o impacto de uma de suas reportagens sobre Belize (GO OUTSIDE, 2014):

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.*

Existem ainda outros meios de propagação das imagens turísticas de maneiras cada vez mais efetivas na atualidade. Estes, nas palavras de Gretzel e Fesenmaier (2009), tornam-se cada vez mais convencionais diante

da redução de custos verificada pelo uso das plataformas digitais e das possibilidades gestadas pela facilitação do acesso à internet, tornando-se cada vez mais convencionais.

Outro aspecto que contribui para a gradual informatização das mídias turísticas é a transformação do consumidor enquanto veículo de propaganda, o que também inclui a atividade turística. Mencionado processo acontece a partir ação de sujeitos capazes de criar conteúdos e influenciar a audiência destes a realizar determinadas ações, realizando assim um *marketing* de influência (ANDRADE *et al*, 2018).

São estes influenciadores digitais que na atualidade, para Andrade et al (2018), representam importante nicho de produção de mídias turísticas, introduzindo nos conteúdos sobre viagens e experiências interesses mais alinhados com uma audiência específica, linguagem mais próxima daquela utilizada no cotidiano, maior interação entre influencer e espectador, assim como posicionamento enquanto consumidor e, portanto, uma opinião mais confiável.

Ao usarem valores eternos na referência ao espaço turístico, os influencers não apenas qualificam os locais visitados e serviços utilizados, algo já realizado pelas revistas e campanhas publicitárias há anos, mas também criam avaliações, conferindo certificados de qualidade e transmitindo uma mensagem de confiabilidade aos espectadores em geral. São nas plataformas colaborativas digitais que mencionados conteúdos são inseridos, constituindo assim um conjunto de informações turísticas cada vez mais disponível à consulta dos usuários, casos do *YouTube* e do *Instagram*.

Pautadas como plataformas folksonômicas, tratam-se de base de dados composta pelos próprios usuários e, portanto, levam em consideração os sistemas linguísticos destes para estabelecimento de categorias, ou seja, etiquetas (MEIRA *et al*, 2012). Dito isso, é importante considerar o que os usuários das mencionadas plataformas consideram enquanto paradisíaco.

Considerando o alcance do *YouTube* enquanto plataforma mais proeminente na exibição de vídeos de longa duração sobre viagens, foram inclusos 35

vídeos<sup>4</sup> que revelam importantes informações sobre o paraíso turístico dos produtores de conteúdo, como o ambiente e os atrativos que o representam, gráfico presente na Ilustração 5.

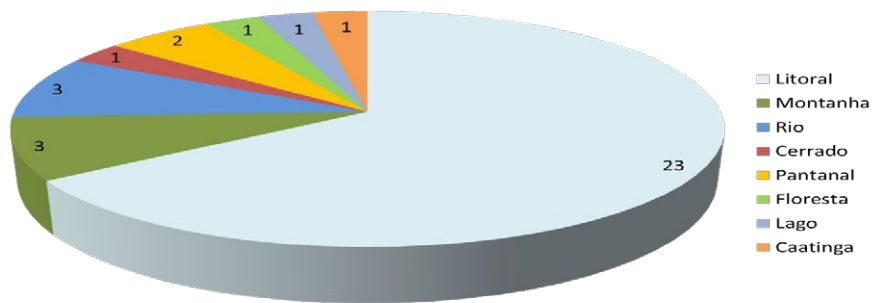
Dentre os trinta e cinco conteúdos em vídeo inclusos na amostra, 68,5% destes faz clara referência às zonas litorâneas como representações do paraíso turístico. Ao analisar os atrativos dos vídeos, as praias (23), a realização de passeios (20), a natureza (19), a possibilidade de realização de esportes náuticos (8) e de aventura (7) constituem-se enquanto primordiais. Assim, o paraíso turístico dos influenciadores é essencialmente litorâneo e, mesmo quando não é, possui alguma praia fluvial ou lacustre. Este edênico tem importante relação com as características naturais, sendo estas imprescindíveis para a realização de passeios, esportes náuticos e aventura.

O Instagram também se evidencia enquanto ferramenta importante na compreensão da imagética do paraíso turístico e os usos turísticos das zonas de praia. Por se tratar de base de dados colaborativa, conforme Pereira e Santiago (2017), os usuários incluem conteúdos desvinculados grandes compromissos publicitários com a cadeia produtiva do turismo e, portanto, notadamente carregados apenas de seus conteúdos simbólicos e imagética atrativa.

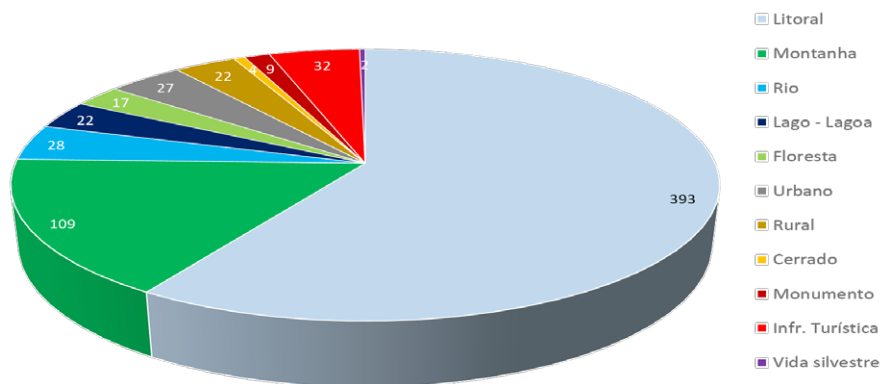
Assim, a divulgação digital de fotos e vídeos faz parte não apenas dos momentos posteriores à viagem, mas de parte da diversão durante a realização dos momentos de lazer dos turistas, tornando estes agentes importantes no processo de promoção de diversas destinações, enquanto as fotografias representam efetivamente as materializações das imagens turísticas das destinações (URRY, 1996). A Ilustração 6 ressalta gráfico do levantamento realizado no *Instagram*.

O levantamento feito na base de dados do Instagram ressalta que o litoral é a representação mais fiel do paraíso turístico moderno em 59% das 665

<sup>4</sup> São onze critérios de inclusão com base em estudo semelhante realizado por Silva (2017): amostra; tags; data; duração; visualizações; responsável pela postagem; destinos brasileiros; número de postagens; curtidas/descurtidas; inscritos no canal; três vídeos por destino.



Il. 5: Gráfico de representatividade dos ambientes nos conteúdos publicados por vloggers com o uso do termo "paraíso" no YouTube.  
 Fonte: YOUTUBE, 2020. Elaboração: CASTRO, 2021.



Il. 6: Gráfico de representatividade dos ambientes nas publicações do Instagram com a hashtag "paraíso".  
 Fonte: INSTAGRAM, 2019. Elaboração: CASTRO, 2021.

postagens inclusas. Mencionada análise também denota as segmentações turísticas expostas nos conteúdos da plataforma, destacando o turismo de sol e praia (264), o ecoturismo (63) e o turismo de esportes (20), todas associadas aos ambientes naturais para realização das práticas características.

Ainda, é importante ressaltar a situação geográfica, política e administrativa dos paraísos litorâneos do Instagram. Dos 393 itens que se referem ao litoral, 239 ressaltam localidades costeiras nacionais. Destes, 64% referenciam paraísos turísticos que não estão inseridos em Regiões Metropolitanas, o que denota a interiorização dos paraísos litorâneos turísticos da mencionada rede social.

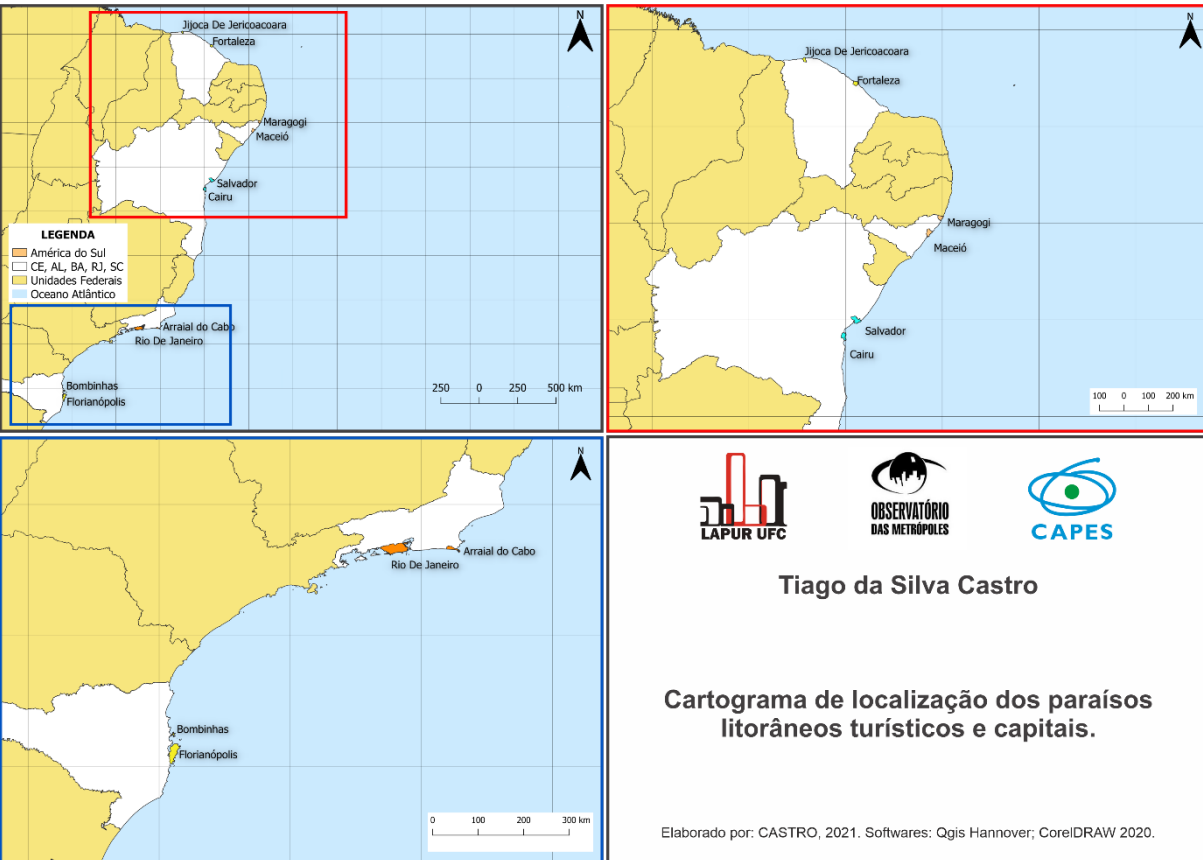
Considerando as regiões mais presentes no mencionado levantamento, tem-se o Nordeste (107), com destaque para Jericoacoara (15), no Ceará, Morro de São Paulo (9), na Bahia, Maragogi/AL (5). Já o Sudeste (80) tem em Arraial do Cabo/RJ (15) a destinação mais presente, enquanto o Sul (43) conta com as destinações de Imbituba (7) e Bombinhas (4). A partir destas destinações, têm-se importante base para abordagem dos elementos e dinâmicas que efetivamente contribuem para uma definição do paraíso turístico enquanto forma urbana.

### **PARAÍÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS: UMA CATEGORIA DE ANÁLISE**

Conforme os dados produzidos a partir do levantamento realizado no Instagram, nota-se que o paraíso dos usuários desta plataforma possui características bastante particulares, sendo possível inferir a condição litorânea, interiorana, não-planejada e aloccêntrica destas destinações. Diante disto é possível definir alguns casos para análise mais aprofundada, presentes nos mapas da Ilustração 7.

Os balneários de Jericoacoara (CE), Maragogi (AL), Morro de São Paulo (BA), Pontal do Atalaia (RJ) e Bombinhas (SC) são selecionados com objetivo de analisar os elementos definidores destes paraísos litorâneos turísticos no Brasil, compreendendo assim as singularidades deste tipo de forma urbana litorânea. São analisados então as condições de acesso, a constituição da morfologia urbana, a patrimonialização natural, as dinâmicas de visitação, a imagem turística e a materialidade socioespacial dos paraísos litorâneos.

## PAISAGENS HÍBRIDAS



Il. 7: cartograma de localização dos paraísos litorâneos e capitais.

Fonte: IBGE, 2021. Elaboração: CASTRO, 2021.

## ACESSO E FLUIDEZ

Todos os balneários selecionados, bem como os exemplos em escala global, tiveram turistificação iniciada por viajantes aloctônicos entre as décadas de 1950 e 1970, com destaque para os mochileiros. A fluidez inexistente à época denota que a aventura era elemento primordial na busca dos paraísos litorâneos, denotando assim que a chegada às vilas de Jericoacoara, Maragogi ou mesmo Bombinhas dependia de trilhas, estradas de terra e travessia de rios, o que não chega a constituir empecilhos na busca dos viajantes até o século XXI.

Gradualmente mencionados paraísos recebem importantes sistemas de objetos destinados à criação de uma fluidez virtual no território, como estradas, serviços de traslado particular, terminais aeroportuários e hidroviários, o que suscita maior atração de outros tipos de turistas e modifica o perfil das destinações, paulatinamente deslocadas para um espectro psicocêntrico, ou seja, de turismo de massa.

Ainda assim a aventura e a ideia de exclusividade estão incorporadas às dinâmicas dos paraísos litorâneos por intermédio de discursos, imagéticas e práticas, nos quais ainda são necessários o traslado por campos de dunas, o uso de estradas de terra, a navegação por rios e inclusive o pagamento de taxas ambientais de permanência. Conforme ressalta Castro (2021, p. 223):

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.

## MORFOLOGIA URBANA

Conforme ressaltam Netto *et al* (2014), as imagens turísticas são mediadas pelo resultado do trabalho humano sobre a natureza no processo de conformação da paisagem urbana. Isto denota a importância da leitura sobre a morfologia urbana e suas características, responsáveis por evidenciar os regimentos da gestão urbana, as propriedades do sítio urbano e as dinâmicas de uso e ocupação do solo.

A constituição da forma urbana dos paraísos litorâneos é notadamente diferenciada frente à outras tipologias de balneários litorâneos, casos dos municípios metropolitanos e dos seaside resorts<sup>5</sup>. Enquanto nos casos metropolitanos é a dinâmica da metrópole que suscita a valorização das zonas de praia e adensamento das redes técnicas (PEREIRA, 2012) e nos seaside resorts é a instalação de equipamentos âncora que promove a dinamização da localidade (PEARCE, 2003), nos paraísos litorâneos são os turistas alcêntricos e suas práticas recreativas que denotam a manutenção do caráter bucólico das destinações durante o curto e médio prazo.

Tal dinâmica, promovida pelo isolamento territorial, suscita uma paisagem composta por símbolos do modo de vida rústicos das vilas litorâneas, o que inclui o uso de infraestruturas domiciliares enquanto formas de obter hospedagem e alimentação. Somam-se a isto ações voltadas à patrimonialização natural, que notadamente nos casos de Jericoacoara/CE, Maragogi/AL, Morro de São Paulo/BA, Pontal do Atalaia/RJ e Bombinhas/SC são importantes formas de coibir vetores de expansão urbana nas referidas destinações.

Desta forma, o tecido urbano dos paraísos litorâneos turísticos define-se por ser descontínuo aos centros urbanos próximos, o que denota a relevância do isolamento para a imagem turística utilizada por setores estatais e privados. Ainda, são formados por fragmentos urbanos simples e compostos com

<sup>5</sup> Conforme a bibliografia de língua inglesa, o resort trata-se de cidades e localidades onde o turismo é a base socioeconômica, inclusive possuindo equipamentos turísticos e serviços complementares, mas não necessariamente grandes cadeias hoteleiras.



padrão horizontal (até quatro andares), sem verificar nenhuma morfologia de linha consolidada dentre os casos analisados.

Possuem diferentes estágios de ocupação em vias de consolidação, indicando não somente a dinâmica de turistificação verificada nos últimos cinquenta anos, mas também as limitações territoriais ao processo de expansão. Tal redução na força dos vetores de urbanização acontece mesmo com a constante valorização do solo, em virtude da existência de aspectos naturais patrimonializados.

Isto denota a importância que os elementos naturais possuem na constituição da imagem turística dos paraísos litorâneos juntamente à conservação do aspecto de vila, de oásis isolado, o qual é mais importante que apenas permitir crescimento desenfreado do tecido urbano. Diante disto, os processos de verticalização na orla não se verificam como atrativos e vendáveis ao turismo de sol e praia nos paraísos litorâneos, ainda que sejam importantes para os mercados fundiário e imobiliário.

### **PATRIMONIALIZAÇÃO NATURAL**

Os aspectos ambientais presentes nos paraísos litorâneos têm íntima relação com as paisagens turísticas destes, haja vista a natureza ser um dos principais atrativos citados nos magazines de viagem (presente em 56,55% do levantamento total), pelos criadores de conteúdo digital sobre viagens (79%) e nas postagens dos usuários do Instagram. Mais ainda, a natureza é elemento presente nas diversas visões religiosas e míticas sobre o paraíso em geral, sendo assim condição imutável deste.

A presença de unidades geoambientais em territórios turísticos é motivo mais que importante para contenção de fluxos de pessoas e de investimentos, cobrança de taxas de permanência, assim como controle de uso e ocupação do solo. Assim, a paisagem turística se constitui pela junção entre a morfologia urbana e o sítio urbano (relevo), a drenagem (corpos d'água) e a cobertura vegetal.

No caso dos paraísos turísticos litorâneos, a paisagem é notadamente composta por áreas naturais patrimonializadas por políticas públicas voltadas à preservação dos recursos naturais. Jericoacoara, Maragogi e Pontal do Atalaia possuem Áreas de Proteção Ambiental (APA) com legislações bastante restritivas, impedindo assim a expansão das malhas urbanas previamente existentes e regrido as práticas turísticas terrestres e marinhas. Já nos casos de Morro de São Paulo e Bombinhas as APA se constituem como instrumentos de manutenção das condições ambientais existentes, ainda que verifiquem-se impactos importantes às áreas de vegetação de Mata Atlântica.

Os elementos ambientais, assim com o aspecto aloccêntrico das destinações e as condições de acesso, se constituem enquanto fundamentais na atração turística destas, tornando-se partes da imagética turística promovida pelos setores estatal e privado. Portanto, apesar do paraíso bíblico não ser alcançável em vida, ainda existem jardins, mirantes, montanhas, florestas e planícies fluviomarinhas prontas para receber os merecedores.

## **DINÂMICA TURÍSTICA**

O caráter turístico dos lugares remonta, conforme ressalta Knafou (1996), à presença de turistas na prática social e na formação da imagem turística das destinações. A globalização adota assim discurso sobre a sustentabilidade do planejamento territorial e concilia os processos de valorização territorial aos elementos que conferem singularidade às destinações.

É desta forma que áreas de patrimonialização ambiental como os paraísos turísticos litorâneos não se constituem enquanto entraves à acumulação capitalista, mas sim produtos com valor agregado disponibilizados no mercado turístico. Desta forma, de acordo com Cazes (1996) pereniza-se a demanda de visitação das destinações e o processo de acumulação.

De acordo com o Mapa do Turismo Brasileiro (MTUR, 2021), que sintetiza dados de destinações nacionais com foco na estimativa do número de

visitantes (nacionais e internacionais) em 2019 e na categorização destes no mercado nacional, os paraísos turísticos são destinações fundamentais para o turismo nacional, conforme a tabela na figura abaixo.

Tabela 1 - de demanda turística estimada dos paraísos pesquisados, 2019

Município	Turistas nacionais	Turistas internacionais	Categoria do município	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.

Importa ressaltar que as destinações, com exceção de Maragogi/AL, recebem importante taxa de visitantes internacionais, o que supera a média histórica nacional (entre 5% e 10%). Isto denota a importância destes paraísos turísticos enquanto no mercado turístico nacional e global, a qual se torna ainda mais evidente quando, ao analisar os fluxos internacionais, constata-se que quatro dos cinco paraísos litorâneos – Jeri, Maragogi, Morro de SP e Bombinhas – são os segundos colocados entre os destinos de suas respectivas UF.

Diante disto, verifica-se que tais paraísos são considerados fundamentais para a polarização de turistas internacionais ao território nacional. Em relação a Arraial do Cabo, mesmo com percentual de turistas internacionais acima da média nacional, este acaba sendo ofuscado pela proximidade ao paraíso de Armação dos Búzios/RJ. Outro motivo para que as Prainhas do Pontal não ocupem a segunda posição no RJ é o diminuto número de hospedagens e a relação com o menor número de turistas e arrecadação de impostos.

Confirma-se assim que os paraísos turísticos litorâneos efetivamente polarizam fluxos bastante singulares de turistas nacionais e internacionais, algo que apenas é alcançado excepcionalmente por algumas metrópoles. Isto significa que os aspectos singulares destas destinações são atrativos relevantes na escolha de viagem não apenas de turistas domésticos, mas também na atração de visitantes estrangeiros.

## **IMAGEM E MATERIALIDADE TURÍSTICA**

A análise da imagem turística denota não apenas a paisagem geográfica das destinações enquanto instrumento de promoção, mas sobretudo como os sistemas de ações e de objetos são manejados em função da manutenção das dinâmicas dos paraísos litorâneos. Assim cabe ressaltar que imagem das destinações pode mediar alterações nas formas, no planejamento turístico, nos usos dos atrativos e inclusive na integração de pessoas na atividade.

Pode-se afirmar então que as características dos paraísos litorâneos conformam imagens atrativas que retroalimentam o processo de planejamento e a produção dos espaços turísticos em voga, o que torna mencionadas destinações particularmente únicas frente às demais formas urbanas costeiras. Se a imagem produzida pelo processo particular de turistificação, morfologia urbana, patrimonialização natural e dinamização turística dos paraísos litorâneos já ressalta singularidades concernentes a estas destinações, a imagem turística se revela tão importante quanto, posto ser composta pelos signos que conferem atratividade e evocam sentimentos nos turistas em potencial.

Nos casos abordados o número de turistas anuais supera muito a quantidade de residentes, sendo esta proporção tão importante que em Bombinhas/SC os residentes correspondem a apenas 3,16% do total anual de turistas, enquanto a média mensal de turistas do paraíso catarinense corresponde 260% da população residente. Nos casos de Jericoacoara (13,1%), Maragogi (10,4%), Cairu (8,4%) e Arraial do Cabo (10,1%) os residentes possuem maior representatividade frente aos turistas que anualmente visitam tais destinos (IBGE, 2021).

Isto já evidenciaria a função turística destes territórios, mas quando analisados os PIB municipais, nota-se que o setor de serviços se torna mais vultoso ao passo em que a atividade turística se desenvolve. A tais dados soma-se a imagética produzida pelos agentes de turistificação dos paraísos litorâneos, capaz de avocar sentimentos e valores eternos valorizados por grande parte da sociedade, como exclusividade, isolamento das massas e status social.

E tais valores são evocados mesmo que não sejam reais, haja vista ser comum que por trás das lentes e fotógrafos exista uma verdadeira multidão de turistas desejosos por reproduzir as mesmas poses e os mesmos cliques ininterruptamente. Mencionada dinâmica é tão comum que, ao passo em que o turista se torna também um instrumento de propagação das imagens dos lugares, amplia-se a capacidade de criação de paisagens instagramáveis<sup>6</sup>. Desta forma, as paisagens turísticas e práticas oportunizadas por estas são importantes desde que gerem algum tipo de lembrança mental e visual e, portanto, virtualmente compartilhável. Explicam-se assim os milhares de usuários que registram as mesmas paisagens e os mesmos ângulos, poses e ideias quanto a visitar o paraíso. A Ilustração 9 denota tais paisagens específicas dos paraísos aqui abordados.

A Pedra Furada de Jericoacoara, as galés de Maragogi, o mirante de Morro de São Paulo, a escadaria de acesso às Prainhas do Pontal do Atalaia e o

<sup>6</sup> Referidas paisagens, conforme Castro (2021), são criadas com claro intuito de fazer com que os turistas reproduzam e propaguem continuamente a imagem dos paraísos turísticos litorâneos, se tornando agentes de popularização das destinações. São cartões postais artificializados que inspiram a reprodução fotográfica, como letreiros, balanços, murais, mirantes, esculturas, portais e outros.

## PAISAGENS HÍBRIDAS

mirante do Morro do Macaco de Bombinhas são exemplos de paisagens que são diariamente reproduzidas nas redes sociais e estão, claramente, entre os principais cartões portais destas destinações. Tais imagens denotam não apenas as paisagens turísticas destes cinco paraísos, mas evocam também ideias como exclusividade, aventura, imersão na natureza e acesso ao edênico terreal.



Il. 9: Atrativos dos paraísos litorâneos incluídos na pesquisa.  
Fonte: INSTAGRAM, 2021. Elaboração: CASTRO, 2022.

Materialmente, verifica-se que somente a partir dos anos de 1990 as ações de planejamento turístico são implementadas nos paraísos litorâneos, o que denota duas características fundamentais sobre tais políticas públicas. A primeira se refere à importância turística demonstrada por estes casos desde meados do século XX, considerados casos exitosos a serem replicados e fortalecidos futuramente.

Uma segunda característica denota a disparidade entre as componentes das imagens turísticas dos paraísos litorâneos, notadamente alocêntricos, frente às destinações selecionadas para as primeiras políticas de turismo, objetivando encaixá-las no espectro meiocêntrico (centro-seguro), no qual também se situam o litoral mexicano, o Havaí e o Caribe.

Na busca por suprir carências municipais existentes, apenas Maragogi recebe investimentos na década de 1990 com objetivo de alocar sistema de saneamento básico para manutenção da qualidade das águas oceânicas. Somente a partir dos anos 2000 os demais paraísos litorâneos são inclusos nas ações de planejamento setorial, as quais possuem como foco a resolução de questões pontuais referentes ao acesso às imagens turísticas.

As condições de acesso a Jijoca de Jericoacoara – rodovia e aeroporto regional – e o esgotamento sanitário de Jeri são os focos do planejamento no paraíso cearense, enquanto Morro de São Paulo recepta ações que buscam facilitar a chegada – terminal marítimo – e embelezar o destino, como a reforma da praça. Pontal do Atalaia institui a Reserva Extrativista Marinha do Arraial do Cabo e moderniza o cais de atracação, de onde saem as embarcações turísticas e de pesca. Já Bombinhas recepta importantes recursos destinados à ampliação do sistema de saneamento básico, da fluidez no acesso ao município e dos serviços de saúde.

Nota-se assim, conforme Hall (2001), que o êxito turístico dos paraísos litorâneos se deve essencialmente às imagens popularizadas, não cabendo ao planejamento turístico a conquista de soluções abrangentes. Assim, o que

se busca de fato é possibilitar a manutenção das imagens turísticas e não necessariamente resolver problemas crônicos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nota-se assim que os paraísos litorâneos turísticos, para além de possuírem um paralelo com os mitos religiosamente difundidos, constituem-se enquanto formas urbanas fundamentais na compreensão do processo de urbanização litorânea. Isto porque por possuírem processos de formação que lhes são próprios, suscitam também importantes particularidades no processo de planejamento e gestão.

Convém ressaltar ainda que diante do panorama exposto, os turistas ganham relevância considerável enquanto agentes de turistificação, não apenas pelas aventuras empreendidas em meados do século XX, mas também na atualidade das mídias sociais da instantaneidade da informação. Ao passo em que a viagem aos paraísos litorâneos ainda se reveste enquanto ritual, a praia é considerada a paisagem enquanto espaço sagrado que melhor representa este paraíso da modernidade.

Afirma-se então, conforme a análise aqui empreendida, que o paraíso turístico se constitui enquanto forma urbana de localização notadamente interiorana e não-metropolitana, com clara função e base econômica turísticas. Possui ainda importantes aspectos naturais preservados e a morfologia urbana caracteriza-se pela presença de manchas isoladas e orla horizontal, com notória alusão ao aspecto aloccêntrico buscado pelos visitantes iniciais.

Tais destinações possuem relevante êxito turístico na escala nacional e inclusive global, compondo assim importante rede de espaços turísticos, os quais não parecem ser reproduzíveis por intermédio do planejamento turístico ou outras dinâmicas notáveis em destinações metropolitanas ou metrópoles.



## REFERÊNCIAS

- 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, nº. 2, Mai/Ago, 2018. (p. 32-42).
- AOQUI, Cássio. *Desenvolvimento do segmento backpacker no Brasil sob a ótica do marketing de turismo*. 2005. 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: Papyrus, 2003.
- CASTRO, Tiago da Silva. *Ao som do mar e à luz do céu: dinâmica das imagens turísticas dos paraísos litorâneos no Brasil*. 2021. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, 2021.
- CORBIN, Alain. *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- DELUMEAU, Jean. *História do medo no ocidente (1300 – 1800): uma cidade sitiada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- 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).
- HEINBERG, Richard. *Memórias e visões do paraíso explorando o mito universal de uma idade de ouro perdida*. Rio de Janeiro: Campus, 1991.
- HOLANDA, Sergio Buarque de. *Visão do paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- HALL, Colin Michael. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto, 2001.
- JARRATT, David; SHARPLEY, Richard. *Tourists at the seaside: exploring the spiritual dimension*. *Tourist Studies*. London, V. 17, 2017. (p. 349-368).
- 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.
- 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).
- LAING, Jennifer; CROUCH, Geoffrey. Lone wolves? Isolation and solitude within the frontier travel experience *In: Geografiska Annaler, Series B, Human Geography* nº 91, London, 2009. (p. 325-342).
- 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. A construção social da Praia *In: Revista Sociedade e Cultura* 1, Cadernos do Noroeste. Série Sociologia, Goiania, V. 13, 2000. (p. 201-218).

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.

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, 2012, (p. 221-229).

NETTO, Maria Manoela; COSTA, Staël de Alvarenga; LIMA, Thiago Barbosa. Bases conceituais da escola inglesa de morfologia urbana In: *Paisagem e Ambiente: Ensaios*, São Paulo, nº. 33, 2014. (p. 29-48).

PEARCE, Douglas. *Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens*. São Paulo: Aleph, 2003.

PEREIRA, Alexandre Queiroz. *A urbanização vai à praia: contribuições da vilegiatura à metropolização no nordeste do país*. 2012. Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Geografia. Fortaleza, Ceará: 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 In: *Paisagem e Ambiente: Ensaios*, São Paulo, nº. 40, 2017. (p. 9-3).

PLOG, Stanley. Why destination areas rise and fall in popularity: an update of a Cornell Quarterly Classic. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly In: *Ithaca*, V. 42, 2001. (p. 13-24).

ROCHA, Everardo. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1996.

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, 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. Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Turismo. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), 2017.

TOMÁS, Júlia. *Ensaio sobre o imaginário marítimo dos portugueses*. Braga: Universidade do Minho, 2013.

URRY, John, *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

WILLIAMS, Raymond. *O campo e a cidade: na história e na literatura*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.