

**UFRRJ**  
**INSTITUTO DE AGRONOMIA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA/PPGGE**

**DISSERTAÇÃO**

**A PRODUÇÃO DO ESPAÇO DE LAZER: UM ESTUDO  
SOBRE “TURISTIFICAÇÃO” E “RESORTIFICAÇÃO” A  
PARTIR DO PORTOBELLO RESORT & SAFÁRI  
(MANGARATIBA-RJ)**

**Raiza Carolina Diniz Silva**

**2018**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE AGRONOMIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA /PPGGEO**

**A PRODUÇÃO DO ESPAÇO DE LAZER: UM ESTUDO SOBRE  
“TURISTIFICAÇÃO” E “RESORTIFICAÇÃO” A PARTIR DO PORTOBELLO  
RESORT & SAFÁRI (MANGARATIBA-RJ)**

**RAIZA CAROLINA DINIZ SILVA**

*Sob a Orientação do Professor*

**Lenadro Dias de Oliveira**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Geografia**, no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, área de concentração Espaço, Questões Ambientais e Formação em Geografia.

Seropédica, RJ  
Agosto de 2018

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S586p

Silva , Raiza Carolina Diniz , 1993-  
A produção do espaço de lazer: Um estudo sobre  
"turistificação" e "resortificação" a partir do  
Portobello Resort & Safári (Mangaratiba-RJ) / Raiza  
Carolina Diniz Silva . - 2018.  
134 f.: il.

Orientador: Leandro Dias de Oliveira .  
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em  
Geografia, 2018.

1. Espaço. 2. Resortificação . 3. Lazer . 4. Turismo  
. 5. Simulacros . I. Dias de Oliveira , Leandro ,  
1979-, orient. II Universidade Federal Rural do Rio  
de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Geografia III.  
Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE AGRONOMIA / INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

RAIZA CAROLINA DINIZ SILVA

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestra em Geografia**, no Programa de Pós-graduação em Geografia, área de concentração em Espaço, Questões Ambientais e Formação em Geografia.

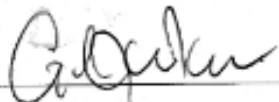
DISSERTAÇÃO APROVADA EM 15/08/18.

Assinatura



---

Leandro Dias de Oliveira. Dr., UFRRJ  
(Orientador)



---

Gilmar Mascarenhas de Jesus. Dr, UERJ



---

André Santos da Rocha. Dr., UFRRJ



---

Heitor Soares de Farias. Dr., UFRRJ

## AGRADECIMENTOS

A longa e árdua trajetória da escrita não é um processo fácil, e por muitas das vezes conflitante. Por mais que a autoria seja individual, acredito e reconheço que somente graças ao coletivo foi possível finalizar esta dissertação de Mestrado, com a colaboração de familiares, amigos, orientação e contribuições de um excelente corpo docente. Assim, aproveito este momento para estender meus agradecimentos a todos àqueles que estiveram nessa jornada comigo, me auxiliando e fortalecendo para encerrar mais esta etapa em minha vida.

Primeiramente, aos meus pais minha eterna gratidão pelo apoio e sustentação durante todo este longo período, que mesmo sem muito entender se mostraram dispostos a encarar e enfrentar todo este processo junto de mim. Sem a ajuda de vocês não seria possível. Obrigada!

Ao meu companheiro Igor Molarino, que entrou em minha vida no final desta jornada, me incentivando e apoiando neste processo. Além disso, ressignificou toda a concepção de amor que outrora eu pensava ter aprendido. Obrigada amor!

Agradeço e dedico o fruto deste trabalho à fundamental orientação do professor Leandro Dias de Oliveira, que vem me acompanhando desde a graduação. Foi em função dos seus incansáveis incentivos, suas criteriosas leituras, com seus brilhantes direcionamentos e apoio ao longo de todo este percurso, que consegui chegar até aqui, com a conclusão de um trabalho que significou mais do que a possibilidade de obtenção de mais uma titulação acadêmica e sim, uma realização pessoal. Obrigada, por abraçar e acreditar na ideia do projeto.

Aproveito, agradeço ao corpo docente do PPGGEO/UFRRJ pelas possibilidades de diálogo e reflexões ao longo das disciplinas cursadas. À segunda turma do curso, em especial a Priscila Salles e Carla Cordeiro, meus sinceros agradecimentos por compartilhar das angústias, medos e alegrias que atravessamos juntas durante este período.

A versão final desta dissertação traz os desdobramentos das avaliações e contribuições durante o exame de qualificação. Por isto, agradeço a banca composta pela professora Maria Helena Mesquita Pina, que me possibilitou ótimas reflexões, abrindo frentes de discussão e relação com as estruturas turísticas de Portugal; ao professor André Santos da Rocha pela minuciosa leitura e os apontamentos que foram fundamentais para levantar discussões

pertinentes e críticas ao consumo do lazer; e também ao professor Heitor Soares de Farias, por compartilhar seus conhecimentos sobre a região estudada e instigar novos questionamentos de modo que pudesse aprofundar a discussão proposta.

Ao professor Gilmar Mascarenhas, pelos excelentes diálogos durante do XV SIMPURB – Simpósio Nacional de Geografia Urbana (Universidade Federal da Bahia, 2017), no Grupo de Trabalho: Geografia Urbana dos Lazer e por aceitar prontamente meu convite para participação da banca de avaliação.

Aos familiares, agradeço a torcida e o incentivo para que fosse possível a conclusão desta etapa.

Aos meus amigos mais chegados, minha total gratidão por tudo que significaram para mim neste processo. Patrícia Oliveira, Jefferson Vinco, Thamires Lacerda, Ernane Fernandes, todos tiveram papel importantíssimo na minha formação, carregos-os com muito carinho. Obrigada por todas as conversas, dicas e ótimos momentos de descontração.

Gratidão pela excelente oportunidade de estágio na empresa COBRAPE, a qual me abriu os horizontes para me dedicar a minha área de estudo, possibilitando leituras e discussões da geografia e sua interface com o turismo. Com isso, estendo minha gratidão a aqueles, colegas de trabalho que fizeram parte da minha caminhada profissional, em especial, Luciana Crivelare, Luiza Boechat, Nathalia Moraes, Stephanie Machado e Beatriz Lins.

## RESUMO

SILVA, Raiza Carolina Diniz. **A Produção do Espaço de Lazer: Um Estudo Sobre “Turistificação” e “Resortificação” A Partir do Portobello Resort & Safári (Mangaratiba-RJ)**. 2018. 146p Dissertação (Mestrado em Geografia). Instituto de Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2018.

A presente pesquisa buscou evidenciar os reflexos do processo de metropolização turística que corroborou para a produção de espaços de lazer no município de Mangaratiba, localizado na Região Turística da Costa Verde, no litoral sul fluminense. Ao mirar na análise do espaço, foi possível constatar formas de lazer elitista, desencadeadas por condomínios e resorts ao longo da faixa costeira. Nesse sentido, dedicou-se a estudar o fenômeno da resortificação do espaço de Mangaratiba, a partir do empreendimento Portobello Resort & Safári, identificando no objeto empírico, estruturas que evidenciam este “fazer turístico” engendrado pela condição pós-moderna, no qual, pauta-se tanto no afastamento no plano espacial, diante da lógica da fuga do cotidiano, como também, no plano imaginário, diante da construção de simulacros.

**Palavras-Chave:** Espaço; Resortificação; Lazer; Turismo; Simulacros.

## **ABSTRACT**

**SILVA, Raiza Carolina Diniz. Leisure Space Production: A Study on "Tourism" and "Resortification" From Portobello Resort & Safari (Mangaratiba-RJ). 2018. 146p** Dissertation (Master in Geography). Institute of Agronomy, Federal Rural University of Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2018.

The present research sought to highlight the reflexes of the tourism metropolitan process that corroborated the production of leisure spaces in the municipality of Mangaratiba, located in the Costa Verde Tourist Region, on the south coast of Rio de Janeiro. When looking at the analysis of space, it was possible to observe forms of elitist leisure, triggered by condominiums and resorts along the coastal strip. In this sense, he devoted himself to studying the phenomenon of the resortification of the Mangaratiba space, starting from the Portobello Resort & Safari project, identifying in the empirical object structures that evidence this "tourist activity" engendered by the postmodern condition, in which, both in the distance from the spatial plane, in the face of the logic of daily flight, and in the imaginary plane before the construction of simulacres.

**Key-words:** Space, Resortification, Leisure, Tourism, Simulacres.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Regionalização Turística do Estado do Rio de Janeiro na década de 1980.....	36
Figura 2. Regionalização Turística do Estado do Rio de Janeiro no ano de 2001.....	38
Figura 3. Atual Regionalização Turística do Estado do Rio de Janeiro. Fonte: TurisRio, 2016. ....	39
Figura 4. Mapa das Regiões Turísticas Prioritárias do Projeto Cidades Maravilhosas.. ....	41
Figura 5. Mapa dos municípios componentes da Região Turística da Costa Verde.....	42
Figura 6. Mapa dos limites distritais de Mangaratiba. ....	44
Figura 7. Ruínas na Estrada de São João Marcos (RJ-149) - Serra do Piloto. ....	45
Figura 8. Slogan de condomínio fechado no distrito de Muriqui. ....	51
Figura 9. Pousada Porto Imperial no município de Paraty (RJ). ....	54
Figura 10. Piscina oceânica e praia privativa na Costa Verde.. ....	57
Figura 11. Apart-Hotel Porto Marina no distrito de Itacuruçá. ....	58
Figura 12. Safári na Costa Verde. ....	60
Figura 13. Resorts como “bolhas” de entretenimento.....	62
Figura 14. Material propagandístico do condomínio Pontal de Muriqui. ....	64
Figura 15. Planta ilustrativa dos lotes no Portobello. ....	66
Figura 16. Material propagandístico do Condomínio Portobello.....	67
Figura 17. Praia de São Brás como área privativa do resort. ....	69
Figura 18. Programação inclusa no pacote de feriado. ....	71
Figura 19. Passeio no safári carioca. ....	72
Figura 20. Material propagandístico do Resort Cristalino Lodge. ....	101
Figura 21. Vila Galé Eco Resort de Angra dos Reis.....	103
Figura 22. Lobby do Portobello Resort inspirado nos bangalôs da Polinésia. ....	109
Figura 23. Passeio de Safári em veículo 4X4. ....	111
Figura 24. Animais típicos de regiões secas e desérticas colocadas em meio a Mata Atlântica.....	112
Figura 25. Quiosques na orla do distrito de Itacuruçá. ....	117
Figura 26. Centro de Informações ao Turista em Itacuruçá. ....	118
Figura 27. Paróquia Nossa Senhora da Guia. ....	118
Figura 28. Embarcações que realizam travessia para as ilhas. ....	119
Figura 29. Ocupação desordenada no município. ....	119
Figura 30. Praia do Saco .....	120
Figura 31. La Réserve, espaço exclusivo dentro do resort. ....	120
Figura 32. Venda do paraíso em Itacuruçá.....	121

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

ABR – Associação Brasileira de Resorts

ADE – Área de Desenvolvimento Estratégico

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

CNTur – Confederação Nacional do Turismo

CTI – Complexo Turístico Imobiliário

DNIT – Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes

Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo

IMB – Instituto Marca Brasil

Inmetro - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

MTur – Ministério do Turismo

OMT – Organização Mundial do Turismo

PAC – Programa de Aceleração do Crescimento

PEE – Projeto Economia da Experiência

PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PRT – Programa de Regionalização Turística

RMRJ – Região Metropolitana do Rio de Janeiro

RPPN - Reserva Particular do Patrimônio Natural do Cristalino

SBClass – Sistema Brasileiro de Meios de Hospedagem

SBM – Sociedade Brasileira de Metrologia

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SETUR – Secretaria de Estado de Turismo

TurisRio – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 1 – A CONSTRUÇÃO DA TESSITURA URBANA FLUMINENSE EM FAVOR DA EXPANSÃO TURÍSTICO-IMOBILIÁRIA .....</b>	<b>21</b>
1.1 Considerações a partir dos deslocamentos das atividades voltadas para o lazer no estado do Rio de Janeiro .....	21
1.2 Infraestrutura turística-imobiliária como faceta do ajuste espacial .....	27
1.3 Regionalização Turística do Estado: a Costa Verde .....	34
<b>CAPÍTULO 2 - DISTRITO DE AMENIDADES: MANGARATIBA NO CONTEXTO DA METROPOLIZAÇÃO TURÍSTICA FLUMINENSE .....</b>	<b>47</b>
2.1 Distrito de Amenidades: produção do espaço de lazer para a metrópole .....	47
2.2 Resortificação do espaço.....	55
2.3 “Lugar de ser feliz”: complexo turístico-imobiliário Portobello Resort & Safári	65
<b>CAPÍTULO 3 – LAZER EM TEMPOS DE MAL-ESTAR NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA .....</b>	<b>73</b>
3.1 Turismo moderno e o “fazer turístico” da pós-modernidade.....	74
3.2 O porto e o belo: a experiência turística .....	92
3.3 Cenarização Turística: O simulacro de Safári na Costa Verde.....	104
3.4 Não-lugares do turismo: as contradições do espaço no resort .....	113
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>122</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>127</b>

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa surgiu da necessidade de se averiguar a morfologia do espaço urbano do município de Mangaratiba, que está localizado na região turística da Costa Verde, no litoral sul fluminense, tendo em vista o notório processo de especulação imobiliária que vem se desdobrando no território, principalmente para empreendimentos voltados para o lazer. Logo, ao identificar as formas de apropriação do solo em consonância com as práticas de vilegiatura e de turismo, constatou-se o fracionamento do território do município por uma linha de resorts e condomínios fechados que margeiam a faixa costeira. Deste modo, buscou aprofundar a discussão, direcionando o cerne do trabalho para a análise do que se convencionou intitular de resortificação do espaço, juntamente com seus agentes e processos envolvidos. Os resorts têm sido prática comum do setor hoteleiro, em determinadas áreas com grande potencial turístico, sobretudo áreas mais afastadas dos centros urbanos que possam proporcionar um rompimento com a realidade do urbano ao aproximar o usuário e a natureza. Cabe salientar que segundo o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass)<sup>1</sup> esta designação se diferencia da função comum de um hotel, dado que, se caracteriza como um ambiente destinado a práticas turísticas de entretenimento, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento. Ou seja, tratar deste típico equipamento turístico conduz a uma reflexão mais profunda referente aos estudos lazer na contemporaneidade.

Considerando a vertente espacial que permeia toda a atividade turística, em um primeiro momento, intencionou-se em apresentar os elementos que colaboraram para a expansão do setor no estado do Rio de Janeiro, para que assim fosse possível compreender de que maneira esta conjuntura consolidou a atividade no município estudado. Para isso, foi feito um resgate histórico sinalizando o momento em que houve a introdução do lazer na sociedade carioca e os seus primeiros deslocamentos indo de encontro a zonas litorâneas, motivados pela a valorização dos banhos de mar determinando as primeiras localidades na capital

---

<sup>1</sup> Ferramenta desenvolvida pelo Ministério do Turismo (MTur), em consonância com o Inmetro, a Sociedade Brasileira de Metrologia (SBM) e a sociedade civil, a fim de categorizar os meios de hospedagem por meio de simbologia de estrelas.

voltadas para a exploração do mercado turístico. Por conseguinte, observou-se o avanço do fluxo tanto de moradores da cidade quanto de turistas para outras cidades para além da região metropolitana, motivadas pela prática de vilegiatura e pela tentativa de se distanciar dos centros urbanos. Nesse sentido, identificou-se a importância da abertura de vias de acesso e o incentivo na implantação de infraestrutura turístico-imobiliário para a dinamização desses estratégicos espaços fluminenses, sendo assim, foi possível identificar a faceta deste processo de turistificação como uma própria necessidade de reprodução do capital, para isto, a discussão foi fundamentada na teoria do desenvolvimento urbano a fim de aclarar a relação capital e produção do espaço de lazer. Por fim, esta primeira parte da pesquisa finaliza-se com a regionalização turística do estado como resultado das ações de interiorização e produção do espaço estabelecendo o esgarçamento do tecido urbano e constituindo áreas específicas para a realização do lazer.

Diante deste panorama pode-se direcionar o olhar para investigar o papel de Mangaratiba frente a outros componentes da região da Costa Verde, com maior representatividade para o turismo, a saber: Angra dos Reis e Paraty, compreendendo as vantagens locacionais e estratégias ideológicas que influenciam a propagação destes equipamentos turístico-imobiliários nesta determinada área. A priori, destaca-se a posição desta região turística entre dois importantes centros urbanos, Rio de Janeiro (RJ) e Santos (SP), o que acabou por batizar o eixo rodoviário que corta os municípios que a compõem. No caso de Mangaratiba, trata-se do primeiro município após o limite da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (RMRJ)<sup>2</sup>, distando aproximadamente 100 quilômetros do centro da capital, o que levaria, em média, duas horas de traslado.

Nesse sentido, o município, desde os anos 40, antecedendo até mesmo a própria construção deste trecho da BR-101 (Rio-Santos), dedicou-se a proliferação de domicílios de uso ocasional, absorvendo a população do centro da cidade. Dotada de riqueza natural e em uma área de beleza cênica, destaca-se que Mangaratiba, não possui as melhores praias urbanas do estado, justamente por ser circundada por distritos portuários e industriais que acabam

---

<sup>2</sup> Municípios que compõem a RMRJ: Rio de Janeiro, São Gonçalo, Duque de Caxias, Nova Iguaçu, Niterói, São João de Meriti, Belford Roxo, Magé, Itaboraí, Mesquita, Nilópolis, Maricá, Itaguaí, Queimados, Japeri, Seropédica, Rio Bonito, Guapimirim, Cachoeira de Macacu, Paracambi e Tanguá. Itaguaí é o município mais a oeste, limítrofe a Mangaratiba.

refletindo nas condições de uso da Baía de Sepetiba, a qual banha o município. Mesmo assim apresenta papel significativo ao veraneio, e possui atividades voltadas para o turismo náutico com a exploração turística das ilhas do entorno. Portanto, verificou-se que sua construção está muito atrelada ao próprio processo de metropolização, dado que, representa área de lazer para o cidadão metropolitano.

A partir desta perspectiva, e diante da miríade de empreendimentos desta natureza na região, decidiu-se adotar para a referida pesquisa um único resort como estudo de caso, o Portobello Resort & Safári. Acredita-se que este representa o caso exemplar do que ocorre no município de Mangaratiba, aliado ao fato de existir inúmeras artimanhas do mercado turístico que são passíveis de serem discutidas para compreender o lazer sob a condição pós-moderna e o papel da natureza como refúgio e lugar de revigoramento. Desta maneira, emerge a noção de pós-turista, que, no caso específico, melhor classifica o público alvo deste equipamento turístico, sabendo que se trata de um espaço cercado e fechado do ambiente externo, no qual, não há somente um rompimento com as relações sociais, mas também, com a própria construção histórica e cultural da cidade, que é anulada.

A fim de consubstanciar os debates propostos, a pesquisa fundamentará seu corpo teórico na temática do lazer e na captação deste tempo livre pelo turismo. A construção de espaços que, em teoria, se pretendem dissociar da vida cotidiana, deve ser encarada como uma própria necessidade de manutenção da mesma. O objetivo é aclarar a noção de turismo sob esta ótica programada, na qual, se acredita que o momento dedicado ao lazer, se usado com qualidade, proporcionaria a restauração do indivíduo, para que o mesmo possa retornar para suas atividades na cidade. Neste sentido, a pesquisa se debruçará sobre dois vieses: o primeiro estará relacionado à delimitação de espaços destinados a estância, pautando-se na evasão e desligamento da rotina, que muito se aproxima da ideia moderna de turismo; e o segundo, compreenderá a adequação de equipamentos turísticos sob a condição da sociedade pós-moderna, que além de buscar a superação do mal-estar por meio da fuga, tem demandado por ambientes que forjem o real. É importante destacar que, neste momento da pesquisa, não haverá uma sobreposição de teorias, sobretudo numa lógica de sucessão histórica, pois se entende que a complexidade atual da sociedade acaba por aprofundar a discussão deste “fazer

turístico” sob a égide do escapismo do cotidiano, levando em conta a fruição do lazer e do entretenimento a partir da simulação.

Deste modo, a constituição de um espaço produzido pelo turismo que forneça ao usuário o enclausuramento pretendido, em cenários que não dialogam com a realidade local representam o que se entende como não-lugar. Faz-se necessário elucidar que este conceito não consiste na negação de lugar ou na sua inexistência, mas refere-se ao distanciamento da realidade, no qual as relações, a identidade e a história não o compõem. É sobre este alicerce que os resorts se fundamentam, construindo verdadeiras “bolhas de entretenimento” que atendam aos desejos dos turistas, sendo lugares de passagem e não fixação. Tratam-se de espaços pós-modernos.

É neste campo de análise que mais uma vez o objeto de estudo delimitado se aproxima da discussão pretendida, tendo em vista que dentre as extravagâncias ofertadas no empreendimento é possível usufruir de um passeio aos moldes de um safári africano em plena Costa Verde. A experiência proposta envolve desde o *tour* nas dependências do resort, em veículo específico para esta atividade, como também a observação de animais exóticos. Por este motivo, cabe destacar o papel da natureza como um condicionante para um tempo de lazer com qualidade. O rompimento com o ambiente urbano se consolida a partir da aproximação do que se imagina de uma paisagem intocada. No entanto, se estamos falando de uma natureza passível de ser consumida pelo turismo, e entende-se que neste contexto está inserido aquilo que se compreende como pós-turista, a mercadoria verde não pode simplesmente existir; ela precisa estar espetacularizada e artificializada ao ponto de não se detectar o limite entre o “real” e o “irreal”. É sobre esta assertiva que o Safári no Portobello se revela como um atrativo a este público, que está nostálgico por um maior contato com a natureza e com a “rara” paisagem verde, e ainda anseia neste espaço a possibilidade de realização do lazer.

A luz do que foi exposto, o objeto empírico se desdobrará por três principais pressupostos teóricos, que orientarão o desenvolvimento da pesquisa. A estrutura do presente trabalho foi construída de modo que em cada item as proposições pudessem delimitar o enquadramento teórico necessário para dialogar com o referido estudo de caso. O que se

objetiva é estabelecer caminhos de análise para compreender não somente o resort, mas também a conjuntura que favoreceu a sua instalação no município de Mangaratiba. Deste modo, infere-se que a pesquisa proporcionará o encontro [e também embates] de duas áreas do conhecimento – a geografia e o turismo – sobretudo a formulação de uma geografia dos lazeres na Costa Verde.

O primeiro caminho foi traçado a fim de encontrar justificativas que fossem capazes de explicar o porquê de Mangaratiba representar campo fértil para disseminação de empreendimentos turístico-imobiliário, em especial, os de grande porte, voltados para um público mais abastado, tendo em vista que dentre os municípios litorâneos fluminenses, principalmente os da Costa Verde, Mangaratiba esteja entre os menos valorizados pelo mercado turístico. A cidade, além de lidar com a precariedade dos atrativos histórico-culturais, que poderiam recontar o seu passado colonial e fortalecer a atividade, também funciona como porta de entrada para Ilha Grande (distrito de Angra dos Reis e importante destino turístico da região), pois realiza travessias diariamente, tornando-se local de passagem de turistas. É inegável o potencial da cidade, dado as belezas naturais atraentes, o que acaba por movimentar um considerável fluxo de visitantes, especialmente para passeios náuticos em algumas ilhas da região; contudo, não é tão expressivo, sendo constituído majoritariamente por veranistas e residentes de cidades circunvizinhas.

Desta maneira, torna-se imperativo elucidar: *o que Mangaratiba representa para Região Metropolitana do Rio de Janeiro?* A análise para o município precisa ser ampliada, de modo que, a sua funcionalidade seja explicada no conjunto da rede urbana. Partindo da premissa que a história do processo de formação do território do estado se estabeleceu a partir da centralidade de sua metrópole e que nas últimas décadas vem experimentando a expansão deste tecido urbano para o interior fluminense, onde estão as ditas cidades médias, dinamizando e desarticulando a sua concentração, temos assim um novo desenho de abrangência da região metropolitana, no qual, a sua borda é envolvida, articulando-se cada vez mais com a capital. Em linhas gerais, e de maneira bem simplista, este seria o característico processo de metropolização do espaço fluminense. Assim como aponta Ferreira (2014), o espaço é um produto social e é produzido com intenções que interferem na vida cotidiana; sendo assim, o processo de metropolização precisa ser compreendido para além do



ordenamento do território, sabendo que, há uma dimensão social e cultural, que se adequa ao padrão da metrópole, o que se entende como: “*difusão dos códigos metropolitanos*”.

Vale destacar que não representa o escopo desta pesquisa aprofundar os estudos referentes à metropolização do espaço, mas sim contextualizar a faceta deste processo voltada para o turismo e veraneio que por muitas vezes é negligenciada. Portanto, o objetivo é evidenciar a relação entre o espraiamento do tecido urbano com a produção de espaços para o lazer, e a complementariedade desses espaços. Com isso, o primeiro pressuposto se apoia nas ponderações de Mascarenhas (2004) que, ao analisar a urbanização turística do Rio de Janeiro, salienta que a construção de espaços voltados para serviços de lazer, turismo e moradia ou segunda residência de alto padrão configuram os “*distritos de amenidades*”, que, na maioria dos casos, são cidades limítrofes à região metropolitana que se caracterizam como zonas de amortecimento para o próprio cidadão. Para este mesmo autor, a clientela metropolitana se desloca em busca de amenidades e fantasias como uma forma de fuga do ambiente urbano. Afinal, “*na metrópole são criadas, estimuladas e reproduzidas representações negativas que resultam no surgimento de necessidades associadas ao lazer privativo, as quais demandam espaços com segurança e abundância de natureza*” (ARRAIS, 2015, p 125).

O segundo pressuposto implica na insuficiência do turismo moderno em satisfazer as necessidades dos turistas que estão cada vez mais ávidos por experiências que os desloquem do universo do urbano. Lefebvre (1991) ao tratar da vida cotidiana salienta que o tempo livre, o tempo destinado ao lazer, apesar de aparentar uma ruptura com o mundo do trabalho, na verdade, revela a sua complementariedade, dado que, as necessidades de lazer entram na cotidianidade como forma de superação das fadigas da vida moderna. Torna-se um tempo destinado ao consumo de artigos – e espaços – que propiciem a renovação das energias e restauração do indivíduo, para que o mesmo possa voltar as suas atividades laborais. Sendo assim, a possibilidade deste afastamento é realizada na forma de turismo. Deste modo, segundo o referido autor, o lazer e o turismo são capturados no cotidiano.

As formas de lazer destacados por Lefebvre estavam ambientados no modo de vida urbano europeu, após o século XIX, inserido em um contexto de transformação econômica e

espacial provocados pela Revolução Industrial. Esta, que fez emergir uma nova classe proletária, que por meio de lutas sindicais, conquistou algumas mudanças na jornada de trabalho, como também a garantia do período de férias. Em virtude disso, esta sociedade industrial, caracterizada pela monotonia e esgotamento físico e psíquico, almeja que o lazer, ou seja, este tempo liberado do trabalho, a compense com momentos de relaxamento e descanso. Sendo assim, o olhar do turista moderno foi modificado, como ressalta Urry (2001, p. 20):

Antes do século XIX, poucas pessoas que não as das classes superiores realizavam viagens para verem objetos, motivadas por razões que não dissessem respeito ao trabalho ou aos negócios. É isso que constituiu a característica principal do turismo de massa das sociedades modernas, isto é, boa parte da população a maior parte do tempo, viajará para algum lugar com a finalidade de contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho. [...] A viagem é a marca do status. É um elemento crucial na vida moderna, sentir que a viagem e as férias são necessárias.

Em linhas gerais, acredita-se que este é um corpo teórico interessante para se discutir o lazer e a necessidade da fuga do cotidiano ainda muito presente no imaginário do turista. No entanto, dado o empreendimento em análise e algumas formas de lazer presentes no cenário turístico atualmente, identifica-se uma reconfiguração das necessidades destes turistas sob a condição pós-moderna. Emerge um novo modo de “fazer turístico”, contrário às estruturas massificadas e padronizadas do turismo moderno, sendo agora pautadas no efêmero, na estetização e na simulação. “*Não por acaso a oferta turística passa refletir crescentemente esse modo de fruição do lazer e do entretenimento, cuja pedra angular é o simulacro*” (LINS, 2013, p. 41). Nesse sentido, as formulações e teorias preconizadas por Lefebvre serão resgatadas a fim de orientar a discussão teórica pretendida, sabendo que o referido resort se trata de um espaço de experiência turística pós-moderna. É neste contexto que são produzidos os não-lugares (AUGÉ, 1994), tendo os resorts, como exemplo claro desses espaços baseados na não-identidade e no não reconhecimento, ou seja, assim como ressalta Carlos (2007, p.61), “*fazem do espaço construído algo fluido e efêmero, destruindo os referenciais urbanos que dão sustentação a vida*”. Esta prerrogativa embasa o terceiro pressuposto teórico adotado para a

pesquisa, que está intimamente relacionado com o estudo de caso. A inclinação do turista pós-moderno (pós-turista) por ambientes simulados tem como justificada a crença de que a realização do lazer só é possível em espaços que se dissociam da vida e volta-se para lugares ligados ao sonhado e imaginado. A fim de satisfazer estas novas necessidades, os produtos ofertados pelo Portobello Resort & Safári, procuram construir em seu interior o paraíso almejado, ainda que seja artificial.

Diante da complexidade da sociedade contemporânea, das mudanças atreladas ao mundo do trabalho e aos problemas vinculados as grandes cidades, a discussão do lazer e a análise das formas de uso deste tempo livre tornam-se fundamentais para averiguar o comportamento do indivíduo frente a este ambiente de mal-estar. Sendo assim, se propôs um diálogo entre os postulados de Lefebvre (1991 e 2001) que trazem ao campo da geografia esta estreita relação entre o trabalho-lazer, contextualizando com os escritos de Harvey (2001 e 2005), de modo que seja feita uma releitura da atividade turística sob a ótica da condição pós-moderna, a qual vem redefinindo as necessidades do indivíduo por meio do hedonismo e da efemeridade. A luz destas discussões, as obras de Bauman (1998 e 2001), por representarem uma crítica à pós-modernidade e uma constatação de um estado de insatisfação generalizada, são fundamentais para compreender de que forma a liquidez da sociedade está reorientando as relações sociais, possibilitando assim traçar um paralelo e identificar a influência deste contexto na prática do turismo.

Como já mencionado, é imprescindível que a atividade turística seja compreendida a partir da sua dimensão espacial, uma vez que o fenômeno envolve tanto os deslocamentos do turista para as localidades receptoras como também a apropriação dos espaços pelos agentes e atores do setor. Deste modo, considera-se que, ao aprofundar os estudos referentes ao lazer, torna-se primordial, em um primeiro momento, que a discussão da pesquisa se apoie no campo da Geografia Urbana, dado que no caso em análise se trata de um enclave que marca descontinuidades no território do município de Mangaratiba, restringindo o uso do espaço, configurando um modo de lazer, sobretudo, elitista. Outro fator de relevância corresponde a sua influência no contexto da região metropolitana, esta que merece ser analisada no conjunto da rede urbana. Para isso, a fim de sustentar a discussão pretendida, serão consultados autores que dialogam no campo do turismo e da produção espacial, como: Mullins (1991);

Mascarenhas (2000 e 2004); Fratucci (2000); Damiani (1997); Luchiari (1998); Lopes (2000); Santos (1981), entre outros.

No intuito de reunir as discussões propostas acima, tendo o Portobello Resort & Safári caso exemplar, foi possível constatar a construção de um espaço alheio à realidade do município de Mangaratiba. Deste modo, ao aprofundar a discussão neste ambiente “estranho” à Costa Verde, busca-se salientar os símbolos que permitem a realização deste lazer ilusório em espaços enquanto simulacros. Para isso, o trabalho fará menção a autores como: Augé (1994), o idealizador da ideia de não-lugar; Baudrillard (1995; 1992), que trata dos simulacros; Rodrigues (1999) que aproxima esta temática ao espaço turístico; e as considerações de Ana Fani A. Carlos que soma ao debate do fenômeno turístico, uma experiência particular em uma viagem à Honolulu (Havaí), onde destaca que: “*Em todos esses lugares o espetáculo contempla a vitória da mercadoria que produz cenários ilusórios, vigiados controlados sob a aparência da liberdade*” (CARLOS, 2007, p.67).

Face ao exposto, o presente trabalho mediante a análise de um único empreendimento de natureza turística e imobiliária pretende elencar os elementos que o consubstanciam a fim de explicar uma totalidade de uma tendência que vem se observando na sociedade contemporânea, a partir das novas exigências gestadas nos indivíduos estabelecendo assim novas relações sociais e marca distintiva por meio dos valores simbólicos associados ao consumo. Adianta-se que não se trata de uma determinação de tipologias de viagens para cada camada social, mais sustenta e apresenta argumentos de que a ideia destes equipamentos turísticos está enraizada com a própria relação de classes.

## **CAPÍTULO 1 – A CONSTRUÇÃO DA TESSITURA URBANA FLUMINENSE EM FAVOR DA EXPANSÃO TURÍSTICO-IMOBILIÁRIA**

O presente capítulo buscou traçar de que forma a produção do espaço fluminense corroborou para a consolidação de atividades de turismo e recreação para o cidadão metropolitano. De modo geral, o que se pretende é estabelecer um paralelo entre a expansão urbana e o deslocamento da atividade turística, evidenciando a ação do capital imobiliário para efetivação deste processo atraindo fluxo de visitantes a outras cidades do Rio de Janeiro. Para o melhor entendimento desta temática, este capítulo dividiu-se por três pilares, a saber: interiorização, infraestrutura e regionalização. Em um primeiro momento, será apresentado o período e o contexto no qual há um despertar sobre a valorização do lazer no espaço urbano carioca e, por conseguinte, de que forma a abertura de novos espaços no interior do estado propuseram um novo modo de consumir o tempo livre. Destaca-se que os deslocamentos só foram possíveis em virtude da expansão da malha urbana para além da metrópole, logo, investigar a sua relação com a infraestrutura, no que tange a construção de vias de acesso é primordial para se compreender o papel do estado como facilitador das ações do capital turístico-imobiliário. E por fim, verifica-se o avanço da população metropolitana para áreas litorâneas e serranas do estado a fim de encontrar espaços de revigoração, com isso, novas regiões foram constituídas. No intuito de melhor gerir estes espaços turísticos, o estado estabelece a regionalização turística e é a partir deste caminho que será iniciado a análise do estudo de caso em questão partindo da relevância da Costa Verde – na qual Mangaratiba está inserida – no cenário do lazer fluminense.

### **1.1 Considerações a partir dos deslocamentos das atividades voltadas para o lazer no estado do Rio de Janeiro**

Em linhas gerais, foi a partir da década de 1970 que o estado do Rio de Janeiro começa a experimentar o fomento da atividade turística para além da região metropolitana, viabilizada por um conjunto de ações que ordenaram o território e abriram frentes para a apropriação de espaços e fortalecimento do *trade* atraindo fluxos de visitantes para outras regiões estratégicas, além da própria capital. Apesar de definir temporalmente o início do

processo de interiorização da atividade turística, não se pode desprezar todo o contexto histórico que viabilizou a concretização deste movimento nas décadas seguintes.

A primeira questão que precisa ser resgatada é pensar a cidade do Rio de Janeiro, no final do século XIX e início do século XX, que neste período já havia assumido o posto de capital federal. Foi neste contexto que a cidade viveu umas das primeiras ações de intervenção direta do Estado a fim de reestruturar e modernizar o espaço urbano pautando-se, primeiramente, na segregação e na valorização do estético. O espaço público, mais precisamente a rua, ganha nova dimensão simbólica fundamental para a realização do lazer, agora possibilitada pela abertura de novos *boulevards* e construção de praças e jardins. Acredita-se que até então a população carioca não havia vivenciado de tal maneira o espaço urbano como também um espaço de recreação. Cabe ressaltar, que por mais que o tempo destinado ao lazer, em teoria, promova o encontro de diferentes grupos sociais nesses espaços públicos, no caso em questão, destaca-se que a reforma urbana da cidade do Rio de Janeiro envolveu uma política higienista a partir da expulsão das camadas populares das áreas centrais. Nesse sentido, a retomada do uso do espaço urbano embelezado foi restrita a uma única classe, a mesma que dispunha de condições para consumir este tempo livre.

A partir desta constatação pode-se destacar a relação, por vezes negligenciada, entre produção do espaço e realização de atividades voltadas para a recreação e lazer. A partir do momento que a cidade passa por um processo de modernização – ou de requalificação – na qual as prioridades centram-se na construção de espaços urbanos aprazíveis ao invés de uma cidade mais orgânica e funcional a todos, podemos detectar a intencionalidade dos agentes envolvidos em reverter este cenário em um típico centro de consumo. Deste modo, o lazer trata-se do motor desta engrenagem nas cidades modernas.

Esta onda modernizadora que passou por diversas cidades na Europa, e que anos mais tarde desembarcou no Rio de Janeiro, se estendeu pelas primeiras décadas do século XX, não intervindo apenas nas regiões centrais da cidade. No entanto, possibilitou a abertura de novos espaços elitistas como produto da intensa ação da especulação imobiliária. É neste momento que há um deslocamento para a porção da zona sul. As áreas mais próximas à região central são estendidas a partir dos aterros realizados por meio dos desmanches de morros, como o Morro do Castelo, que representavam uma barreira na construção do espaço urbano. Assim, foram ampliados e constituídos bairros como, por exemplo, a Glória, Flamengo e Botafogo.

Sobre isto Pereira et al. (2017) destacam que a construção da via litorânea em 1904 e a abertura do túnel ligando Botafogo a Copacabana foram um dos principais vetores de incorporação das zonas de praia a tessitura urbana. Aliado ao movimento de expansão da cidade houve a difusão de signos de valorização de áreas próximas ao mar, como condicionantes de *status* de diferenciação no grupo social e melhor qualidade de vida. Com este movimento em direção à orla carioca, é possível perceber de que forma novas necessidades de lazer são criadas a fim de atrair e deslocar o público para novos espaços da cidade, que por meio de agentes imobiliários tornam-se valorizados e enobrecidos. Vende-se uma nova imagem de moradia, tendo como espelho Copacabana como “*a menina dos olhos da cidade do futuro*” – que não por acaso recebeu o luxuoso hotel Copacabana Palace –, assim como outros bairros que se debruçavam sobre o Atlântico. Destaca-se que este novo modelo de modernidade não pode ser reduzido apenas às intervenções “regenerativas” do espaço, é fundamental ressaltar que práticas sociais modernas é que irão consubstanciar a cidade moderna. Sob este raciocínio O’Donnell (2015, p. 129) salienta que:

Não tardou para que as praias, até então vazias, se enchessem de banhistas, à imagem e semelhança do que já acontecia nos mais elegantes balneários da Europa e dos Estados Unidos. Espaço de desfile de trajes de banho e de prática de esportes, as areias passaram a ser palco de novas formas de sociabilidade, ampliando as possibilidades da experiência urbana em solo carioca. O Rio se fazia, enfim, uma cidade praiana.

A referida autora também relata que a tão almejada “ *fusão entre a natureza tropical e o verniz da civilização*”, trouxe uma nova problemática, que os próprios promotores do espaço urbano não souberam lidar desde as primeiras intervenções ocorridas na região central: o crescimento das favelas que se mostrou desenfreado com o adensamento populacional ocorrido na década de 1940. O ideário de construir áreas nobres voltadas para o mar sofre seus primeiros abalos quando o habitante do morro vira também o banhista. Nota-se que as discussões dos dias atuais sobre o uso da praia pelos suburbanos e a construção de uma espécie de “feudos” na areia, na qual cada camada social “saiba o seu lugar”, sendo simplesmente delimitada pela numeração de um posto na praia, não se diferencia do que já vivenciávamos no século XX.

Apesar das considerações acima terem sido feitas, em específico, sobre a cidade do Rio de Janeiro, é preciso aclarar que esta retomada histórica da cidade carioca não se distancia

da análise do estudo de caso proposto para esta pesquisa. Pelo contrário, são os condicionantes vivenciados na capital que vão auxiliar o entendimento da ocupação do solo do município estudado. Isto porque, a partir da noção de uso do espaço público por meio da construção de espaços de lazer destinados a classes mais abastadas e o próprio estimo pela praia, que foi disseminado como um símbolo de uma capital moderna começou a se alastrar e conquistou outra zona costeira. É sob esta perspectiva que Mangaratiba se insere, como um novo destino para recreação. O diferencial desta orla consistia, primeiramente, na paisagem bem avessa ao que era comum aos olhos citadinos, como também o prazer do deslocamento e afastamento do ambiente urbano, na ilusão de se desligar dos tempos regrados e programados na cidade.

A possibilidade de acesso às praias de Mangaratiba foi viabilizada desde o início do século XX, mais precisamente em 1914, quando entrou em operação a extensão da linha ferroviária que interligava a Central do Brasil, no centro do Rio de Janeiro com o município de Mangaratiba, na estação do distrito de Itacuruçá. Logo, a viabilidade de se chegar ao município começa, ainda que timidamente, a dinamizar o seu espaço. Porém, foi na década de 1940 que a região passa a ser área de interesse da elite carioca que não se agradava de dividir o uso das praias com outros grupos sociais, e via o seu exclusivismo sendo ameaçado. Na tentativa de evadir e encontrar um novo ponto de lazer “livre” há um deslocamento deste público para o litoral sul. É a partir deste período que o município começa a experimentar forte atuação do capital turístico-imobiliário, e desde então, o espaço vem sendo produzido a fim de atender as demandas de lazer do cidadão metropolitano.

Deste modo percebe-se que a incipiente atividade turística e de recreação no estado até aquele momento esteve centrada na capital. Obviamente, esta assertiva possui as suas ressalvas, dado que Petrópolis, já funcionava como uma cidade veraneio desde o período imperial; a construção da BR-040 (Rodovia Washington Luís), no final dos anos de 1920, permitia o acesso às cidades serranas; além das cidades litorâneas como Cabo Frio e principalmente Búzios, esta que ficou muito conhecida na década de 1960 após receber Brigitte Bardot; como também Mangaratiba, que na porção oeste do estado assumia o pioneirismo na vilegiatura<sup>3</sup> desde o início do século XX. Porém, o desenvolvimento turístico

---

<sup>3</sup> Pereira (2012) remete a todos os processos e fenômenos relativos à estada temporária e sua potência em contribuir na produção dos lugares. Para o autor, o conceito é, antes de tudo, um conceito geográfico, isto porque, sua realização não se faz sem o uso, consumo e produção do espaço.



de fato atingiu as cidades do interior a partir da década de 1970, em decorrência de um conjunto de ações.

Uma das primeiras ações que foram fundamentais para consolidar este processo nos anos seguintes diz respeito à criação de instâncias governamentais que se responsabilizariam pela gestão do setor. Logo, constata-se a relevância do Rio de Janeiro para o turismo nacional ao detectar que a primeira instituição governamental que se dedicava a atividade foi criada pelo governo do antigo estado do Rio de Janeiro. No ano de 1960 nasce a Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Flumitur)<sup>4</sup>; somente anos mais tarde é criada uma instituição de nível nacional a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur)<sup>5</sup>. Contudo, é importante destacar que sua sede localizava-se na cidade carioca, mesmo depois de Brasília se tornar o distrito federal. Desde modo fica visível a intencionalidade de usufruir do território fluminense e garantir a consolidação da atividade turística no estado.

Além disso, Fratucci (2005) afirma que a fusão entre os estados da Guanabara e do Rio de Janeiro, no ano de 1974, foi primordial para que o processo de interiorização da atividade turística fosse mais atuante no território. O desafio era atrair tanto os fluxos de visitantes que desembarcavam na cidade maravilhosa, como os próprios cariocas que desfrutavam das ofertas turísticas da capital e dificilmente adentravam o estado. Este mesmo autor também enfatiza que neste período a massificação dos deslocamentos se concretizou em virtude de dois fatores de infraestrutura: a inauguração da Rodovia Rio-Santos e da Ponte Rio-Niterói. Deste momento em diante há uma dinamização dos fluxos para as regiões litorâneas do sul e do norte do estado. Considerando o papel fundamental da construção de vias de acesso para fomentar a atividade turística no interior diante da maior articulação dos municípios com a capital, mais adiante será discutido como o investimento estatal na infraestrutura urbana foi primordial para a produção de novos espaços para o lazer no estado do Rio de Janeiro, em especial, na região pesquisada.

Para antecipar, verificou-se, em relação ao litoral sul do estado, que a abertura da Rodovia BR 101, neste trecho que liga o Rio de Janeiro a Santos (SP) revelou e intensificou o potencial turístico desta região permeada pela Serra do Mar e orla marítima.

---

<sup>4</sup> Lei nº 4221 de 12 de abril de 1960. Atualmente recebe o nome de TurisRio.

<sup>5</sup> Lei nº 55 de 18 de novembro de 1966. Atualmente recebe o nome de Instituto Brasileiro de Turismo.

Preocupado com a preservação desse potencial, o Conselho Nacional de Turismo – CNTur, com base no decreto n.º 71.791/73, editou a resolução CNTur n.º 413 de 13 de fevereiro de 1973, declarando como Zona Prioritária de Interesse Turístico, “a faixa litorânea compreendida entre o mar e uma linha imaginária, medida horizontalmente, para a parte da terra, até 1 (hum) km após o eixo da rodovia BR-101, no trecho situado entre as localidades de Mangaratiba (RJ) e Bertioga (SP)” (artigo 1º da resolução CNTur 413/73). Estrategicamente foram excluídos a ilha de Guaíba (RJ), as praias de Itaorna e Jacuecanga (RJ) e os perímetros urbanos das sedes municipais daquela área. As exclusões das três primeiras áreas deveram-se ao fato de as mesmas já estarem comprometidas com outros empreendimentos econômicos estratégicos: terminal portuário de minérios, usina nuclear e terminal portuário de petróleo, respectivamente (FRATUCCI, 2005, p.86).

Mediante a institucionalização de agências de turismo e as intervenções no espaço construindo vias de acesso, o Estado inicia seu processo de gestão do turismo. E para inaugurar estas ações, surgiram projetos que envolviam a construção do plano diretor para esta região a fim de ordenar o território do litoral, como também, adequá-lo aos modelos de turismo de sol e praia já vivenciados na Europa.

A partir deste momento, o território do município começou a ser parcelado por empreendimentos turístico-imobiliários de médio e grande porte, como por exemplo, os resorts, que estreitavam a simbiose entre metrópole e lazer. Destaca-se que todo o ordenamento territorial proposto dedicou-se a instalações destes equipamentos turísticos visando potencializar a vocação de vilegiatura de todo aquele trecho do litoral. No entanto, no que se refere à ocupação do município por completo as propostas se revelam frágeis, dado que ela acabou ocorrendo de modo espontâneo.

Como bem frisado neste item, a infraestrutura teve papel fundamental nos deslocamentos das atividades de lazer e recreação no estado do Rio de Janeiro, “preparando o terreno” para a chegada de grupos hoteleiros nacionais e internacionais. Sabendo da relevância dos corredores rodoviários para dinamização da atividade turística, buscou-se averiguar a partir dos fundamentos da teoria do desenvolvimento urbano, os desdobramentos do ajuste espacial mediante seu viés turístico-recreativo.

## **1.2 Infraestrutura turístico-imobiliária como faceta do ajuste espacial**

Na tentativa de encontrar respostas que justifiquem a proliferação de empreendimentos turísticos em Mangaratiba, em um primeiro momento poderia se evidenciar o seu potencial turístico, as vantagens locacionais e até mesmo a proximidade de grandes centros urbanos. No entanto, acredita-se que ao levar em conta apenas estes condicionantes, ratificaria o próprio discurso propagado por estes empreendimentos e ocultaria a sua conjuntura diante das prerrogativas da produção do espaço capitalista. Por este motivo, surge a necessidade de aprofundar as discussões referentes à apropriação do espaço litorâneo, respaldando-se nos fundamentos da teoria do desenvolvimento urbano.

Sabendo que para Harvey (2005) o ajuste espacial é um mecanismo econômico-político do capitalismo caracterizado pela exportação de excedentes de capital e de força de trabalho de um determinado espaço para outro que irá absorvê-los lucrativamente por meio do capital fixo incorporado a terra ou pela expansão geográfica, pensou-se que o redirecionamento do capital excedente para mobilização de obras de infraestrutura que fomentam a atividade turístico-imobiliária revela-se como mais uma faceta do próprio capitalismo garantindo sua reprodução.

Nesta perspectiva, será feito um levantamento histórico de três momentos cruciais, no qual se acredita que o deslocamento de investimentos para mobilidade urbana e integração com a capital, contribuíram para disseminação de equipamentos desta natureza no solo do município. Para isso, será feita uma associação destes momentos com o cenário político e seus reflexos numa dimensão espacial. Sendo assim, o processo de expansão da malha urbana e a formulação de uma geografia urbana dos lazeres não podem ser encarados com naturalidade ou como resultado de uma urbanização espontânea, uma vez que o planejamento do espaço das cidades, sobretudo as turísticas, segue a lógica de acumulação, atendendo as necessidades do capital. De maneira geral, o que se pretende é revelar que os deslocamentos do capital excedente para o investimento na infraestrutura turístico-imobiliária, no município em questão, corroboraram para o parcelamento do seu território, favorecendo grupos da iniciativa privada.

No município de Mangaratiba é possível constatar a influência do turismo, sobretudo da prática de vilegiatura, com a proliferação de segundas residências e na instalação de

equipamentos turísticos que atraem, principalmente, moradores de cidades circunvizinhas. Nesse sentido, este momento do trabalho se debruçará nos postulados que apresentam os vetores de expansão do espaço urbano, com intuito de embasar as discussões referentes à produção do espaço de lazer. Deste modo, acredita-se que a urbanização turística na região da Costa Verde está intimamente associada ao próprio movimento cíclico do capital.

Embasaremos esta discussão a partir de importantes obras de David Harvey, onde o autor apresenta três cortes fundamentais para compreender a teoria da crise e sustentando a ideia de que a construção do espaço urbano é um mecanismo de reprodução do capital. Neste contexto são evidenciados “ajustes” que proporcionam uma superação momentânea desta crise. Dentre os cortes, temos o primeiro compreendendo a superacumulação e o excesso do capital, desencadeando a sua desvalorização; o segundo corte, o ajuste temporal, corresponde ao papel do crédito e do capital fictício no aditamento da crise; e por último, diz respeito ao desenvolvimento geográfico desigual, ou propriamente dito, o ajuste espacial, por meio da expansão geográfica e reorganização do espaço como saída para o capital excedente. Vale destacar que, sabendo que o ajuste espacial acarreta, principalmente, investimentos em infraestrutura, e estas, levam tempo para se materializar, a sua associação ao sistema de crédito é fundamental, consolidando assim o ajuste espaço-temporal, viabilizando a produção do espaço. Nesta lógica, David Harvey aponta que:

A “ordenação” [ajuste] espaço-temporal, por outro lado, é uma metáfora para um tipo particular de soluções de crises capitalistas por meio do adiamento do tempo e da expansão geográfica. A produção do espaço, a organização de divisões territoriais totalmente novas de trabalho, a criação de complexos de recursos novos e mais baratos, de novas regiões como espaços dinâmicos de acumulação do capital e a penetração de formações sociais preexistentes por relações sociais e arranjos institucionais capitalistas (como regras de contrato e formas de gerenciamento da propriedade privada) proporcionam importantes maneiras de absorção de excedentes de capital e de trabalho. (HARVEY, 2005, p 99)

Nesse sentido, torna-se imperativo analisar a expansão do tecido urbano da região metropolitana do Rio de Janeiro a partir do viés turístico-recreativo, produzindo espaços de lazer – e consumo – para o cidadão, em especial no município de Mangaratiba. Como já mencionado, ao levantar os condicionantes que favoreceram o parcelamento da cidade

favorecendo a instalação de equipamentos turísticos, foi possível constatar a influência da construção de infraestrutura, sobretudo de mobilidade urbana, na dinamização de fluxos de visitantes e de capital imobiliário. Desta maneira, ao longo da história do município destacam-se três principais momentos em que a produção do espaço de lazer se revelou como estratégia para reverter o próprio problema de acumulação, seja de capital ou de mão-de-obra, incidindo diretamente na cidade, construindo espaços com potenciais futuros de reprodução do capital. Salienta-se que em cada uma destes momentos o próprio Estado – em alguns momentos, mais interventor, e em outros como mero coordenador – se mostra como aliado atendendo as necessidades da iniciativa privada, levantando a bandeira do progresso. Para isso Harvey (2001, p. 79) revela a importância de *“apresentar a base teórica para o entendimento do papel do Estado nas sociedades capitalistas, e mostrar como o Estado desempenha, necessariamente, certas tarefas básicas mínimas no apoio do modo capitalista de produção”*.

O primeiro momento que refletiu drasticamente em Mangaratiba envolve o início do século XX, com a expansão da linha ferroviária, no ano de 1914, a partir da ampliação da Estrada de Ferro Central do Brasil, que foi estendida até o distrito sede, integrando-o a capital. Desde então, sua ocupação, assumiu caráter veranista, sendo pouso e área de lazer da população de áreas mais centrais do Rio de Janeiro.

O ramal ligou, inicialmente, o subúrbio carioca de Santa Cruz à Sapopemba, atual Estação de Deodoro. Em 1910, estendeu-se até Itaguaí e, em 1914, entrou em operação a extensão de Itaguaí-Mangaratiba. A proposta de atingir Angra dos Reis não se concretizou e, por isso, ficou conhecido como Ramal Mangaratiba. (SABINO, 2012, p. 119)

Como mencionado anteriormente, neste momento da história a cidade do Rio de Janeiro estava atravessando intenso processo de modernização, onde visava à readequação do espaço urbano, representando o primeiro momento onde o Estado interveio diretamente na cidade. Uma nova imagem do Rio de Janeiro era difundida, a partir do embelezamento paisagístico e as ações de higienização que desencadearam a expulsão da população de baixa renda para os morros e para as franjas metropolitanas. Toda esta conjuntura que viabilizou esta reforma drástica no espaço urbano carioca tem raízes na transição do século XIX para o século XX. Além da centralidade econômica, a cidade também era palco das decisões políticas por ser, nesta época, o distrito federal. Neste contexto, havia grande quantidade de capital disponível, o que atraiu grandes empresários, sobretudo internacionais. Este período de

ascensão experimentou, no ano de 1892, grande retração dos investimentos, decorrente da crise do encilhamento, que representou o ajuste temporal travestido de política de estímulo à industrialização brasileira, acarretando em uma onda de falências na cidade. Deste modo a partir da:

[...] ampla restrição monetária do início do século XX, os acertos financeiros com os credores estrangeiros e o programa federal de equilíbrio orçamentário possibilitaram que o Distrito Federal passasse por uma profunda reforma urbana comandada por Pereira Passos durante a primeira década dos 1900. (SAES, 2008).

O aditamento da crise, que já mostrava seus sinais no fim do século XIX, foi encoberto pelo excesso de lançamento de ações, e como já visto, as tentativas de ajustes são soluções temporárias, não havendo uma total superação do problema. O deslumbre do desenvolvimento entrou em colapso e a medida para minimizar seus impactos, absorvendo o capital excedente tomou proporções espaciais. Logo, o escopo do projeto urbanístico visava o alargamento de ruas, expansão do tecido urbano (sobretudo para os subúrbios, recebendo população expulsa das áreas centrais), construção de praças e jardins como revalorização do espaço público, o “bota abaixo” de cortiços e morros que poderiam por em risco a fluidez necessária da cidade capitalista, desta maneira, qualquer resquício da cidade colonial-escravocrata deveria ser varrido. Observa-se que mais que uma intervenção urbana, representou a consolidação de uma cidade elitista.

*Mas em que momento Mangaratiba se insere neste contexto?* O espraiamento urbano se caracterizou, principalmente, pela extensão da linha férrea a distritos mais afastados do centro, os subúrbios cariocas, que já começavam a produzir modos de vida ritmados pelo tempo do trabalho. Nas primeiras décadas do século XX, diante da facilidade de acessar o município, o mercado imobiliário atuou diretamente incorporando esta região a dinâmica da vida cotidiana, produzindo espaços de lazer. Aliado a isto, despontava o estimo e a valorização de áreas próximas ao mar, logo, este foi o principal motor para a construção de residências de uso ocasional na faixa costeira de Mangaratiba. Vale destacar, que neste período, o município estava atravessando um momento de estagnação econômica, desde 1870, pela perda da sua influência como cidade de rota e de escoamento comercial, devido à emergência de novos centros de exportação. Sendo assim, a integração com a capital carioca e

a atuação do mercado imobiliário no loteamento do seu território começou a dinamizar a economia da cidade.

Se a extensão da malha ferroviária já foi altamente significativa para a produção do espaço do município. O segundo momento visto como relevante, foi a abertura do eixo rodoviário, na década de 1970, que proporcionou uma intensificação do capital imobiliário, sendo condição favorável para a apropriação para o mercado turístico. O governo federal, pensando em viabilizar infraestrutura necessária para o incremento da atividade no eixo entre Rio de Janeiro e Santos (SP), encomendou o Projeto Turis (Planejamento de Aproveitamento Turístico). O projeto foi elaborado por uma empresa italiana, a *SCET International*, que inspirado nos modelos de desenvolvimento turístico das rivieras francesa e italiana, apresentou a Empresa Brasileira do Turismo (EMBRATUR), medidas e ações que compunham o escopo do projeto visando qualificar o litoral da Costa Verde. Dentre as indicações, havia a divisão do território em dezenove zonas turísticas, criação de leitos em meios de hospedagem, e “*a necessidade de abertura de um grande eixo viário, a BR 101, a Rio-Santos*” (SCIFONI, 2006, p. 141). A abertura desta importante via desencadeou a construção, ao longo de sua faixa costeira, de uma sucessão de grandes propriedades privadas e *resorts*, voltados para um público mais elitizado. Destaca-se que juntamente as instalações de equipamentos turístico-imobiliários, já se localizavam, ou estavam sendo projetados na região, os seguintes complexos industriais: Distrito Industrial de Santa Cruz; Porto de Minério de Mangaratiba; Estaleiro Verolme; Usina Atômica de Angra dos Reis; Terminal Petrolífero de São Sebastião; Usinas Hidrelétricas de Furnas. Isto, só ratifica outro viés expansionista e de reordenação espacial, baseado na realocação das indústrias para outras áreas de interesse do capital. É importante ressaltar o contexto político e econômico em que se dá a implantação do Projeto Turis: tratava-se do período intitulado de “milagre econômico”, em que grandes projetos foram fomentados pelo governo, sobretudo de construção de rodovias, como a Transamazônica e a ponte Rio-Niterói. Uma das estratégias de se investir na infraestrutura rodoviária consistia no despontamento da indústria automobilística no país. Foi neste cenário que como afirma Fratucci (2005, p. 86) “*uma parte até então quase inacessível do litoral brasileiro foi colocada à mostra, revelando forte potencial para o desenvolvimento turístico, principalmente pela sua localização entre as duas maiores concentrações urbanas do país*”. Tratou-se de uma rodovia de altíssimo custo, na qual grande parte foi financiada pelo Banco Internacional do Desenvolvimento (BID) e construída entre a serra e o mar.

Ressalta-se que, posteriormente a este movimento desenvolvimentista a abertura econômica dos anos 1990 possibilitou a atração do capital internacional, desencadeando a chegada de grandes grupos hoteleiros europeus que se espalharam pela orla fomentando a instalação de equipamentos de lazer. Os *resorts* encontraram além de belezas naturais para apropriação e mercadificação da natureza como produto turístico, áreas onde puderam se instalar as margens da rodovia, tendo infraestrutura básica para atrair fluxos de visitantes, sem estabelecer nenhuma relação com o município em que estão inseridos.

No ano de 2006, verificou-se o terceiro momento, a partir da intervenção do Estado por meio do PAC<sup>6</sup>, viabilizando obras de duplicação na Rodovia Rio-Santos, com intuito de ampliar ainda mais os fluxos turísticos para esta região. No ano de 2010, após longos quatro anos de obra, foi inaugurado o trecho de 26 quilômetros, que compreendia o seu entroncamento com a Avenida Brasil – em Santa Cruz, bairro localizado na zona oeste carioca – até o distrito de Itacuruçá. Concomitante a este processo, percebeu-se, intensa ação da especulação imobiliária, com o *boom* de condomínios fechados, justamente no município de Mangaratiba, muito beneficiado pelas obras. O Jornal O Globo (2010) divulgou na época: “o verão na Costa Verde fluminense promete não ser igual aos que passaram” e, na mesma matéria, havia um pronunciamento do então superintendente do Departamento Nacional de Infraestrutura Terrestre (Dnit) no Rio, Marcelo Cotrim, que afirmava que: “a duplicação reduziu em uma hora o percurso entre o Rio e Angra dos Reis. Ele garantiu que jamais vão ocorrer os engarrafamentos na véspera do carnaval, que deixavam motoristas até nove horas na estrada”<sup>7</sup>. Este casamento entre as instâncias federais e o capital privado para a produção do espaço urbano configura, ainda que em um Estado neodesenvolvimentista, uma verdadeira urbanização neoliberal, que para Harvey (2001) pode ser entendida como uma modalidade do ajuste espacial. Uma de suas características envolve o avanço de projetos urbanos de orientação neoliberal na cidade – no caso em específico, de infraestrutura turística – submetendo as políticas públicas urbanas aos interesses privados, direcionando espaços específicos da cidade, tanto para o crescimento econômico, como para as práticas de consumo das elites.

---

<sup>6</sup> Programa de Aceleração do Crescimento. É um plano do governo federal que visa estimular o crescimento da economia brasileira, através do investimento em obras de infraestrutura.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/transito/apos-quatro-anos-obra-de-duplicacao-da-rio-santos-sera-inaugurada-2907507>. Acesso em: 10/04/2018.



Destaca-se que as instâncias municipais também tem papel importante como promotoras do espaço urbano, legitimando a instalação desses equipamentos turístico-imobiliários, dado que é o município que irá articular a elaboração e atração desses empreendimentos, a partir do financiamento direto de diversas intervenções, a concessão de incentivos fiscais e isenções de impostos, instituição de parcerias público-privadas, adoção de novos arranjos institucionais de gestão do espaço e de mudanças na legislação anteriormente vigente, em especial aquela relacionada aos parâmetros construtivos.

Face ao exposto, percebe-se que desde o início do século XX, o Estado vem atuando fortemente no espaço urbano de Mangaratiba, em especial na rede logística, o integrando cada vez mais a dinâmica da metrópole, permitindo maior fluidez de pessoas, mercadorias e capital. O pressuposto destacado de que a circulação do capital é expressa numa movimentação espacial é claramente observada neste caso, onde os agentes turístico-imobiliários se apropriam de terrenos localizados nas franjas metropolitanas produzindo novos espaços de lazer, sob a condição da atuação do Estado na adequação estrutural do território. Vale destacar que não é o objetivo deste trabalho elencar todos os eventos que condicionaram a reestruturação urbana de Mangaratiba, dada complexidade do seu espaço e os diferentes agentes e atores envolvidos na sua reprodução. Portanto, três momentos, vistos como principais, foram apresentados a fim de revelar a forma de atuação estatal na intervenção direta no planejamento atendendo as necessidades do capital privado, que no caso, trata-se de grupos do segmento turístico-imobiliário, visando a maximização da acumulação e a sua manutenção frente às suas crises de excedentes. Em síntese, acompanha-se o raciocínio de Lefebvre (1977, p.247 apud COSTA, 2013, p. 46) ao apontar que “*os espaços de lazer constituem objeto de especulações gigantescas*” sendo estas “*mal controladas e frequentemente auxiliadas pelo Estado*” por meio da construção de estradas e das comunicações diretas ou indiretas de operações financeiras.

O discurso do investimento na atividade turística carrega consigo a bandeira do desenvolvimento, a partir da ideia de geração de emprego e renda, maior integração e melhorias no espaço urbano do destino turístico. Neste caso, mesmo a economia local não indo bem, quem seria contrário ao progresso, sabendo que o mesmo poderia reverter positivamente para a receita do município? No entanto, ao evidenciar que a produção do espaço de lazer de Mangaratiba está inserida na própria dinâmica do capital entende-se como este movimento corroborou para proliferação de enclaves, estes que acirram as desigualdades,

privam o uso de bens comuns, promovem pouca interação com seu entorno e constituem um universo paralelo ao ambiente em que estão inseridos, percebe-se que a difusão da infraestrutura turística só reforça a própria lógica capitalista assumindo a roupagem do desenvolvimentismo.

Mediante esta análise verifica-se a consolidação de uma região de forte interesse para o capital turístico-imobiliário que ao promover seu território possibilita a absorção de fluxos sazonais de visitantes oriundos, em sua maioria, da região metropolitana. A Costa Verde, para além de seus atributos físicos, representou o delineamento de uma área como espaço de lazer, sobretudo voltada para grupos elitistas. Nesse sentido, o item a seguir pretende apresentar a referida região evidenciando em especial o município de estuado frente aos demais componentes da região.

### **1.3 Regionalização Turística do Estado: a Costa Verde**

Como observado, do ponto de vista institucional a preocupação das esferas governamentais com o turismo e o próprio fomento do setor é de um modo geral recente, tendo maior visibilidade principalmente na segunda metade do século XX. No estado do Rio de Janeiro, como resultado verificou-se o transbordamento dos fluxos de visitantes a partir do surgimento de novos polos de atração no que se denominou interiorização turística fluminense. Com isso novos municípios aparecem ofertando diante das suas peculiaridades produtos turísticos diversos. No intuito de um fortalecimento de abrangência regional que agrupasse estes destinos turísticos para a formulação de estratégias de desenvolvimento em conjunto tornou-se necessário promover a regionalização turística do estado.

Para o melhor entendimento desta ação na realidade fluminense é preciso compreender os delineamentos das políticas públicas que viabilizaram a segmentação de regiões turísticas no território. Segundo Gomes e Silva (2017) entre as décadas de 1980 e 1990, as diretrizes e os programas para o turismo nacional são caracterizados pela descentralização política, a qual possibilitou uma maior autonomia dos estados e municípios. Isto significou a redução da esfera federal na decisão e execução de ações voltadas para o setor, fundamentada no paradigma do neoliberalismo que se consolidava neste período, logo, em concomitância percebe-se o fortalecimento do setor privado.

Destaca-se que na década de 1980 o governo do estado do Rio de Janeiro havia proposto por meio do Plano de Desenvolvimento Econômico e Social, a divisão de seis regiões turísticas (Figura 1), a saber: Metropolitana, Costa Verde, Costa do Sol, Norte, Serramar e Serrana (está dividida em Serrana A e Serrana B) com a finalidade de facilitar os estudos e o planejamento da atividade turística (CASTRO, 2005). Ao se atentar às denominações atribuídas às regiões percebe-se o método utilizado para determinar as respectivas diferenças entre elas, no qual, pautava-se nas unidades paisagísticas e geomorfológicas em comum. No caso da Costa Verde não é diferente, recebeu este nome dado a vasta presença da Mata Atlântica, situada entre o mar e a estrutura rochosa da Serra do Mar. Vale destacar que esta ação antecedeu a própria formulação de um programa, de âmbito federal, destinado exclusivamente a promoção da regionalização turística no país. Quanto a este arranjo regional Fratucci (2005, p. 90) aponta que:

Esse zoneamento serviu de base técnica para diversos projetos, mas caiu em desuso e no esquecimento, em virtude das alterações ocorridas na orientação político administrativa, tanto no governo federal como no estadual. Entretanto, podemos afirmar que por ter sido a primeira tentativa de conhecimento e ordenamento de todo o território estadual sob a ótica do turismo, tornou-se uma importante referência técnica para compreensão da evolução da atividade turística no Estado.

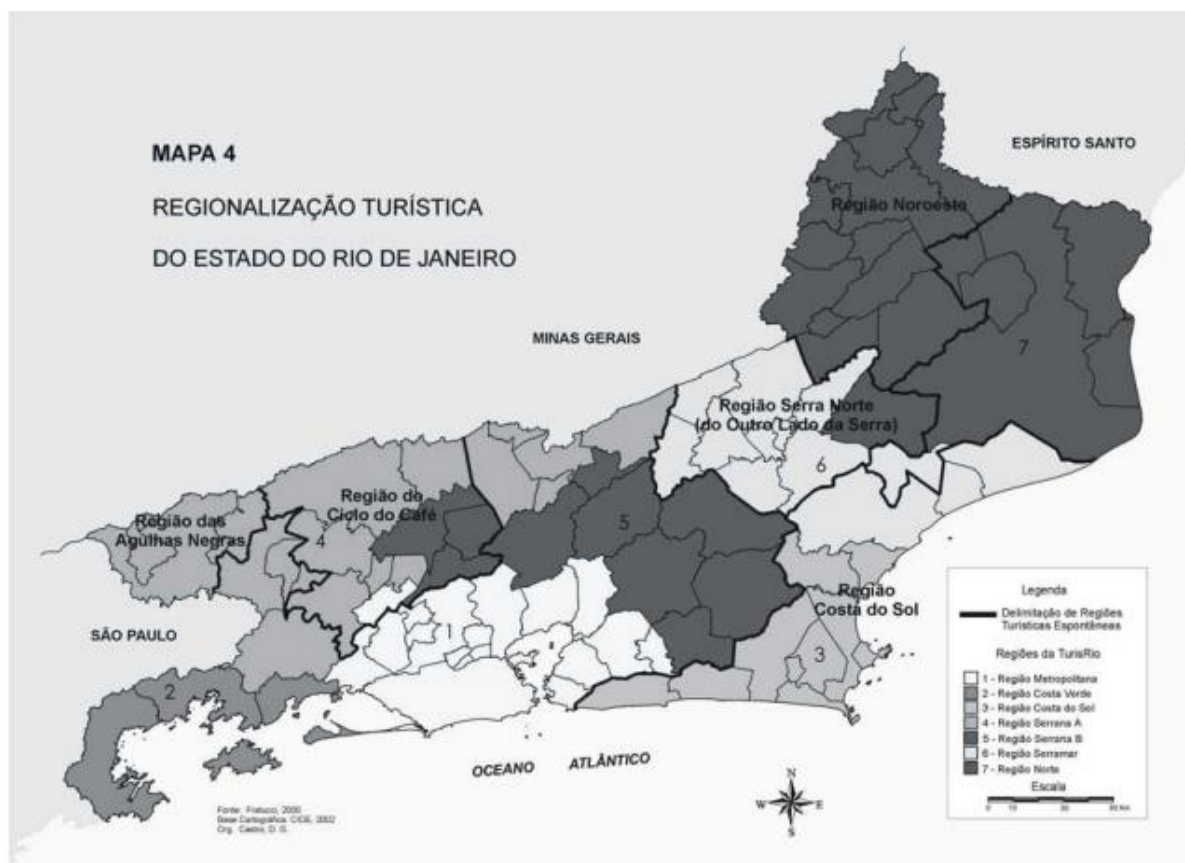


Figura 1. Regionalização Turística do Estado do Rio de Janeiro na década de 1980.  
 Fonte: CASTRO, 2005, p. 3244.<sup>8</sup>

É preciso aclarar que a metodologia usada para o referido agrupamento regional partia da identificação de áreas de interesse turístico, ou seja, parte de uma generalização ao englobar os municípios que não apresentavam no presente momento oferta de atrativos, meios de hospedagem e infraestrutura satisfatórias para o desenvolvimento do setor, com aqueles que já revelavam a atividade mais consolidada. Em contrapartida, a identificação dessas áreas de interesse possibilitou o incremento de investimentos, principalmente no que se refere à elaboração de projetos voltados para a prática do turismo. Deste modo, pode-se inferir que a divisão posta foi estabelecida a partir de um levantamento de áreas vistas como de relevância para o mercado turístico, funcionando como um instrumento de direcionamento de ações de planejamento do próprio estado. Todavia, reconhece que esta distribuição setorial e os respectivos nomes atribuídos basearam as posteriores formulações das regiões.

<sup>8</sup> Disponível em:  
<http://observatoriogeograficoamericana.org.mx/egall10/Geografiasocioeconomica/Geografiapolitica/06.pdf> .  
 Acesso em: 17/04/2018.

Não por consequência, que logo após o desenho destas zonas foi propagandeada uma campanha publicitária intitulada de “Cidades Maravilhosas” que representou um conjunto de ações de marketing direcionadas as cidades do interior fluminense com o objetivo de incentivar a visitação nas seguintes cidades: Angra dos Reis, Paraty, Visconde de Mauá, Itatiaia, Armação dos Búzios, Nova Friburgo e Petrópolis e Itacuruçá em Mangaratiba<sup>9</sup>. Esta foi a primeira vez, do ponto de vista oficial, que um distrito do município estudado ganha maior visibilidade. Para Fratucci (2000) o estado entendia que estas localidades possuíam plenas condições de funcionarem como centros receptivos de fluxos de demandas interestaduais, até mesmo internacionais, de forma complementar à cidade do Rio de Janeiro.

Dando prosseguimento as políticas públicas de descentralização, é lançado em 1994 o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), reforçando esta tendência, ao propor que cada município construa sua própria alternativa de desenvolvimento de acordo com suas especificidades formulando um novo ordenamento do turismo em território nacional (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004). O PNMT foi uma ponte para a organização de grupos regionais, isto porque possibilitou um espaço de diálogo entre os representantes do turismo municipal. (GOMES; SOUZA, 2017)

Mediante este cenário, no ano de 2001, como resultado da maior articulação dos municípios e atendendo a demanda prevista por lei de formulação de uma política estadual de turismo, é apresentado o Plano Diretor do Turismo do Estado do Rio de Janeiro que partia de uma gestão participativa e se propunha a ser um documento norteador das ações que visavam o desenvolvimento turístico. Para isso, foi indicada a instituição de Áreas de Desenvolvimento Estratégico (ADE), a fim de direcionar as ações de promoção e marketing. Além disso, o documento também sinalizava para a necessidade de renovação da regionalização turística do estado, tendo em vista que a última estava datada na década de 1980. Assim, um novo desenho regional é apresentado com 8 ADE e 13 regiões turísticas (Figura 2).

---

<sup>9</sup> Segundo Fratucci (2005) não há um documento que especifique a metodologia utilizada par tal seleção.

## PLANO DIRETOR DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

### REGIONALIZAÇÃO TURÍSTICA

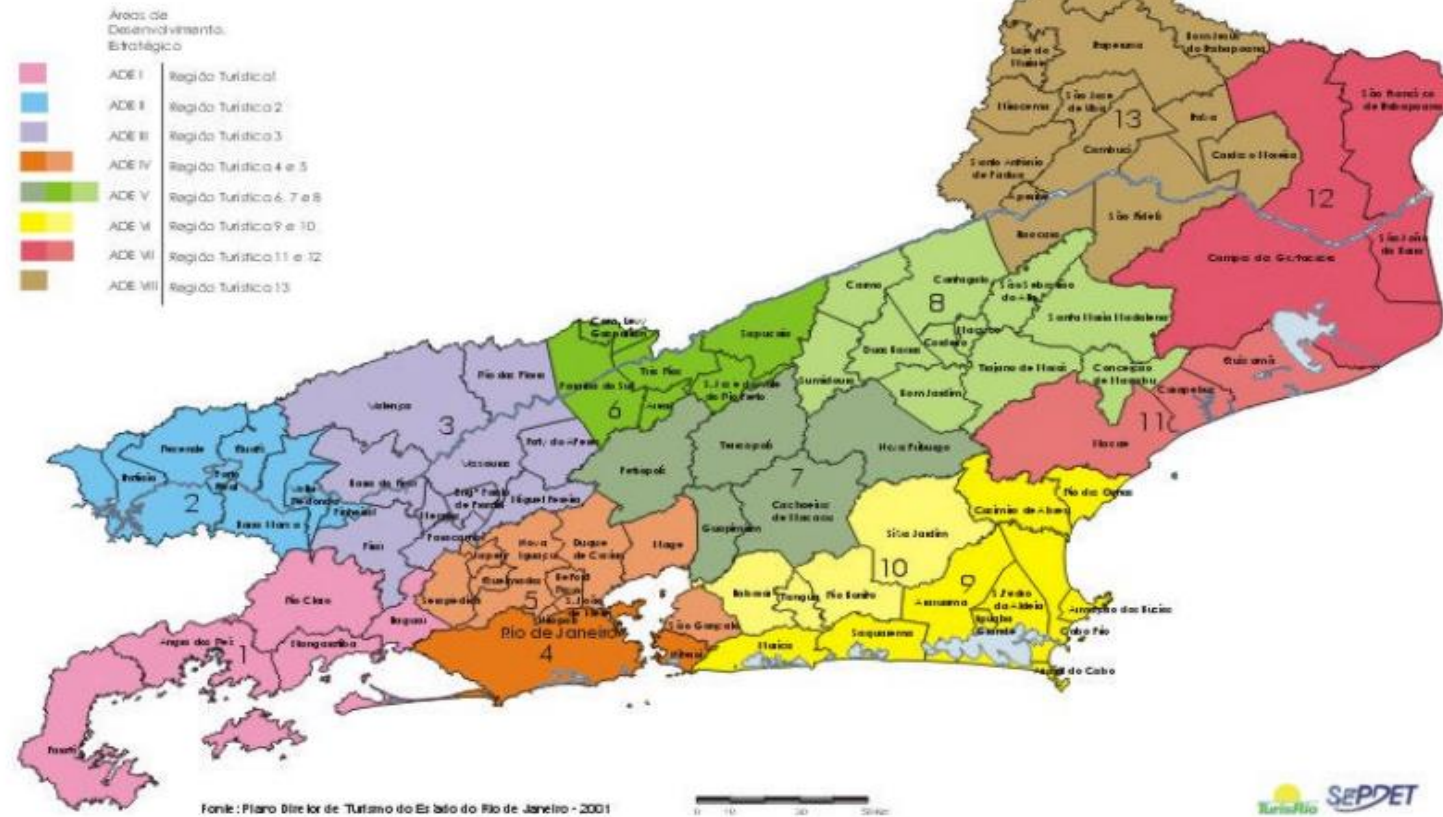


Figura 2. Regionalização Turística do Estado do Rio de Janeiro no ano de 2001.  
Fonte: SEPDET, 2001, p. 103.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.prodetur.rj.gov.br/arquivos/Volume2.pdf>. Acesso: 17/04/2018.

A reorganização das regiões turísticas do estado do Rio de Janeiro foi tão significativa que a mesma cooperou para que se determinasse uma política nacional de regionalização. Estes direcionamentos que as políticas públicas do turismo estavam tomando, durante o governo Lula, mais precisamente durante o primeiro mandato (2003-2007), resultaram em uma nova dimensão a partir da proposta do Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Este representou o primeiro momento em que o governo federal desenvolveu propostas que viabilizassem o ordenamento do turismo em âmbito nacional. Seguindo as recomendações da Organização Mundial de Turismo (OMT), o Ministério do Turismo (MTur) adotou em 2004 esta política focada no desenvolvimento regional, dando maior protagonismo às Unidades da Federação. Seu objetivo principal era apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no país. Esse programa de enfoque territorial foi reformulado em 2013, quando foram definidos eixos de atuação, visando orientar à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios, e como produto deste redimensionamento houve uma redução das 13 regiões turísticas para um novo mapa que apresentavam 11, e atualmente o mapa turístico do estado do Rio de Janeiro contém 12 regiões turísticas, a saber: Águas do Noroeste; Agulhas Negras; Baixada Fluminense; Caminhos Coloniais; Caminhos da Mata; Costa do Sol; Costa Doce; Costa Verde; Metropolitana; Serra Verde Imperial; Vale do Café; e Caminhos da Serra (Figura 3).



Figura 3. Atual Regionalização Turística do Estado do Rio de Janeiro.

Fonte: TurisRio, 2016.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.rio-turismo.com/mapas/regioes.htm>. Acesso em: 23/04/2018.

Como já assinalado a definição de regiões turísticas por si só não é capaz de motivar a visitação no interior fluminense, para isso, é importante que as associe a campanhas de marketing que atraiam o público alvo. Deste modo, o Projeto Cidades Maravilhosas, supracitado, está em vigência até os dias de hoje. Com ações de divulgação do estado principalmente no período de alta temporada, aproveitando o alto índice de turistas na capital. Um *stand* do projeto é instalado na Estação do Bondinho do Pão de Açúcar na Praia Vermelha, e os representantes das secretarias de turismo das “Cidades Maravilhosas” tem o objetivo de abordar os visitantes e promover o seu destino turístico.

Durante o verão, o Rio recebe muitos visitantes que vêm aproveitar as belezas da cidade. Nossa proposta é mostrar a eles que existem muitos outros atrativos que ficam a menos de três horas, e que eles podem aproveitar para esticar a viagem e desfrutar de praias, serras, cachoeiras e muito mais. E para isso, vamos distribuir o nosso guia Rio+3 em três línguas português, inglês e espanhol, cujo objetivo é sugerir ao turista outros destinos<sup>12</sup>

Embora não seja uma regionalização oficial, é interessante pensar que o programa acaba por produzir uma nova categoria para as regiões turísticas ao definir as que são cidades maravilhosas com grande potencial de receptivo. É plausível chegar a duas reflexões ao analisar o mapa (Figura 4) disponibilizado pela própria Secretaria de Estado de Turismo. Em primeiro lugar, ao verificar que as regiões em destaque são vistas como maravilhosas, não seria um equívoco definir que as áreas em branco são aquelas desprezadas pelo poder público, por esse motivo, não merecem atenção por parte do visitante. Seria o próprio o estado assumindo que no seu território existem “cidades não maravilhosas”. E, em segundo lugar, o mapa também aponta quais são as duas vertentes de atuação de políticas públicas para o turismo, sendo as regiões que compreendem a serra e o mar, que não por acaso são as mesmas que são de interesse do mercado turístico-imobiliário, sustentadas por discursos que valorizam e direcionam o olhar do consumidor fazendo-o optar estar mais próximo da natureza com intuito de melhorar sua qualidade de vida.

---

<sup>12</sup> Fala do então Secretário de Estado de Turismo Nilo Sérgio Felix ao destacar o potencial fluminense. Disponível em: <http://www.mercadoeventos.com.br/noticias/destinos/setur-rj-divulga-projeto-cidades-maravilhosas-junto-a-turistas/>. Acesso em: 23/04/2018.



## Regiões Turísticas

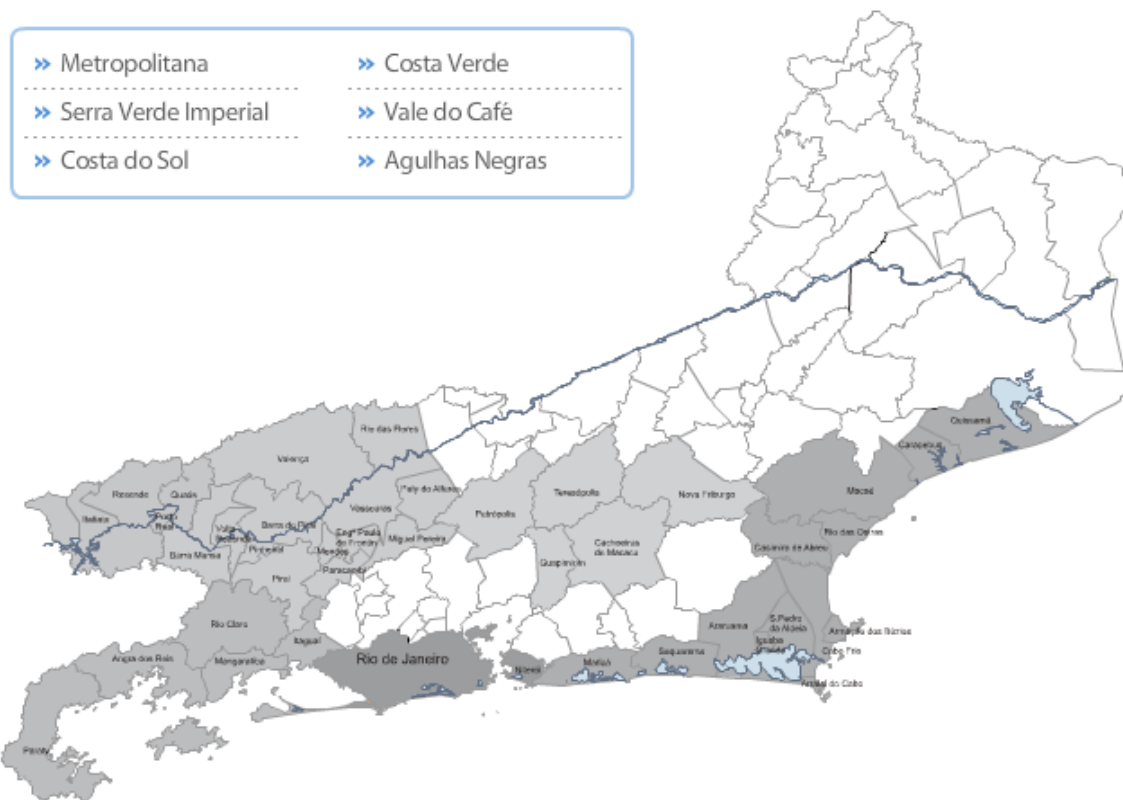


Figura 4. Mapa das Regiões Turísticas Prioritárias do Projeto Cidades Maravilhosas.

Fonte: SETUR.<sup>13</sup>

No caso, Mangaratiba é vista como uma dentre essas cidades maravilhosas. Mesmo que fossem desprezadas suas condições socioeconômicas, tendo em vista que se trata de um projeto voltado exclusivamente para o turismo, ainda assim, seria concebível questionar sua condição de “maravilhosa”, sabendo-se que, diante da construção de um complexo portuário bem próximo à região houve reflexos na degradação da Baía de Sepetiba, que, por consequência, afetaram boa parte da orla dos distritos. Com esta interrogativa, buscou-se investigar o que caracterizaria Mangaratiba com tal adjetivo. E a resposta do estado é enfática ao atribuir a consolidação do turismo neste município “*principalmente a empreendimentos com bandeiras internacionais na área de hospedagem, proporcionando aos visitantes experiências sofisticadas com cenários paradisíacos*”<sup>14</sup>. Essas são uma das justificativas do direcionamento deste trabalho para este município. A partir do momento que o

<sup>13</sup> Disponível em: <http://www.cidadesmaravilhosas.rj.gov.br/>. Acesso em: 23/04/2018.

<sup>14</sup> Fase retirada no site do portal Cidades Maravilhosas, da Secretaria de Estado de Turismo a respeito do município de Mangaratiba. Disponível em: <http://www.cidadesmaravilhosas.rj.gov.br/costaverdeMangaratiba.asp>. Acesso em: 23/04/2018.

deslumbramento de um destino turístico está atrelado a empreendimentos que criam cenografias e valorizam o turismo de experiência é importante que esta discussão ganhe corpo a fim de compreender a dinâmica do lazer na contemporaneidade.

Desta maneira, ao analisar os (re)arranjos regionais que foram sendo constituídos ao longo dos anos, testifica-se que de um modo geral as áreas serranas e litorâneas sempre estiveram no bojo de atuação do estado e condicionaram por meio de novas configurações espaciais o processo de interiorização. Não por acaso é possível identificar a Costa Verde em todos os mapas apresentados. Esta região em especial se caracteriza pela faixa costeira que se estende do litoral sul do estado do Rio de Janeiro ao litoral norte do estado de São Paulo. Os municípios fluminenses que a compõem são: Paraty, Angra dos Reis, Rio Claro, Mangaratiba e Itaguaí. (Figura 4).



Figura 5. Mapa dos municípios componentes da Região Turística da Costa Verde.  
Fonte: SETUR.<sup>15</sup>

Dentre as estratégias do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), encontra-se a categorização<sup>16</sup>, esta que é responsável por segmentar os municípios de acordo com o desempenho de sua economia relacionada à atividade turística, logo, os conceitos de categorização podem ser: A, B, C, D e E, sendo a categoria A, aquela que representa os

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.cidadesmaravilhosas.rj.gov.br/costaverde.asp>. Acesso em: 19/08/2017.

<sup>16</sup> Instrumento elaborado pelo Mtur. (Portaria nº 144, de 27 de agosto de 2015).

municípios com maior fluxo turístico e maior número de empregos e estabelecimentos no setor de hospedagem. Ao analisar o Relatório de Categorização<sup>17</sup> da Região Sudeste, constatou-se que dentre os municípios da Costa Verde os destinos turísticos que apresentam melhor desempenho na atividade são Paraty e Angra dos Reis. Vale destacar que dentre os 92 municípios do estado do Rio de Janeiro, apenas cinco<sup>18</sup> estão nesta mesma categoria (A). Continuando a avaliar os municípios da referida região, em especial os litorâneos, percebe-se que Itaguaí apresenta categoria C, isto se justifica pelo fato da economia da cidade estar mais voltada para atividades industriais, onde estão localizados vários empreendimentos deste setor. E Mangaratiba, apesar de possuir atratividades naturais e reunir em seu território inúmeros empreendimentos destinados à atividade turística, como condomínios fechados de residência de uso ocasional e resorts, como por exemplo, os de grupos internacionais, apresenta categoria B. É importante salientar que não é o objetivo deste trabalho contestar a categoria aplicada ao município. No entanto, desperta o interesse de pesquisa averiguar um município, que frente a outros mais renomados no mercado turístico, concentre tantos equipamentos turístico-imobiliários de grande porte. Logo, ao abordar a temática do turismo na Costa Verde, num contexto metropolitano, seria mais evidente elencar aqueles destinos em que é possível encontrar a atividade mais estruturada. Porém, presume-se que Mangaratiba, pode muito contribuir para os estudos de produção do espaço, sobretudo, os de lazer, sendo um ambiente passível de análise.

Dentre os demais municípios da sua região turística, Mangaratiba é que está localizado mais próximo da capital do Rio de Janeiro (com exceção de Itaguaí, pois o mesmo integra-se a Região Metropolitana), distando, aproximadamente, 100 quilômetros de seu centro. O município é composto por seis distritos (Figura 5): Itacuruçá; Muriqui; Praia Grande; Mangaratiba (sede); Serra do Piloto e Conceição de Jacareí. Todos eles possuem similaridades na paisagem que permitem a exploração do setor turístico-hoteleiro, movimentando a economia. A maioria dos distritos é banhada pela Baía de Sepetiba, somando 30 praias em quase 50 quilômetros de orla de águas tranquilas e com alto potencial de navegabilidade; deste modo, os segmentos de turismo náutico e de sol e praia são os de maior demanda. Além do turismo náutico para as ilhas do entorno, a região realiza travessias diárias para Ilha

---

<sup>17</sup> Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/categorizacao/SUDESTE/RJ.pdf>. Acesso em: 20/08/2017.

<sup>18</sup> Angra do Reis, Armação de Búzios, Cabo Frio, Paraty e Rio de Janeiro.

Grande (distrito de Angra dos Reis), sendo assim, porta de entrada de visitantes para este importante destino turístico da Costa Verde.



Figura 6. Mapa dos limites distritais de Mangaratiba.  
Fonte: Prefeitura Municipal de Mangaratiba, 2006.<sup>19</sup>

Quanto ao seu potencial histórico-cultural, alguns atrativos estão datados a partir do século XVI, onde há os primeiros registros de ocupação do território por aldeamentos indígenas, que começaram a ser colonizados no ano de 1567, estabelecendo as primeiras vilas. Deste modo, percebe-se que a cidade reconta o passado colonial do Brasil, e possui em sua paisagem marcos deste período. Nos séculos seguintes, Mangaratiba teve papel fundamental para a economia, tendo em vista que era porto de escoamento da produção, principalmente no período do café, oriundo da região do Vale do Paraíba. A conexão entre o município e a região cafeeira fluminense se realizou pela Estrada São João Marcos (RJ-149), localizada no distrito da Serra do Piloto, que atualmente além das ruínas de prédios históricos é uma região onde são desenvolvidas atividades do segmento do ecoturismo, como trilhas e visita a cachoeiras. Sabino (2012) aponta que a formação desta elite de produtores de café e

<sup>19</sup> Mangaratiba, sede (1º distrito); Conceição de Jacareí (2º distrito); Itacuruçá (3º distrito); Muriqui (4º distrito); Praia Grande (5º distrito); e Serra do Piloto (6º distrito) Disponível em: <http://www.mangaratiba.rj.gov.br/portal/arquivos/atos-oficiais/leis-2006/pmm-lei-544206-limite-distrital-anexo-5.jpg>. Acesso em: 06/07/2018

comerciantes de escravos acabou por fomentar uma agitada vida cultural, com a construção de residências, armazéns, trapiches, e até de um teatro. A partir deste panorama, percebe-se que o município é rico em atrativos naturais e principalmente em história, que poderiam fomentar a atividade turística na cidade, construindo um roteiro que envolvesse os demais municípios da Costa Verde que compartilham deste mesmo passado. No entanto, o cenário turístico é outro, diante da má-conservação dos patrimônios culturais e a pouca atenção ao resgate histórico da cidade, havendo uma prevalência de excursionistas<sup>20</sup> e veranistas oriundos de cidades circunvizinhas, motivados pelo turismo de sol e praia.



Figura 7. Ruínas na Estrada de São João Marcos (RJ-149) - Serra do Piloto.  
Fonte: Prefeitura Municipal de Mangaratiba.<sup>21</sup>

É interessante pensar que em um tempo de globalização onde novas formas de reorganização espacial são impostas, ainda prevaleça uma atividade econômica que valorize sua dimensão regional. Logicamente, isto não a isenta de vivenciar novos arranjos e conexões frente a estas demandas globais. Porém, verifica-se que mais que uma atividade essencialmente econômica há alguns condicionantes espaciais que fortalecem a atividade a partir do seu enfoque urbanístico, e como no caso, seu enfoque regional. Por este motivo ilustrar esta prerrogativa através da realidade empírica fluminense permite pensar que as regiões turísticas revelam suas estratégias de ordenamento. O que se propôs apresentar por meio de sua regionalização turística foi a consolidação do esgarçamento do tecido urbano,

---

<sup>20</sup> Em 1993 a Comissão de Estatística da ONU adotou o termo excursionista sendo aquele “visitante do dia”, ou seja, aquele que permanece em um período inferior a 24hrs no destino visitado.

<sup>21</sup> Disponível em: <http://www.mangaratiba.rj.gov.br/novoportal/distritos/serra-do-piloto.html>. Acesso em: 20/08/2017.

constituindo espaços para a realização do lazer. Este movimento vem claramente sendo observado desde os primeiros deslocamentos rumo à praia e que se manifestaram em massa com a interiorização dos fluxos por meio das vias de acesso que ligavam a capital. Todo esse conjunto de ações colaborou para a disseminação de equipamentos turístico-imobiliários ao redor da região metropolitana. Para além de um mapa temático meramente ilustrativo, a regionalização denuncia as estratégias de gestão numa dimensão espacial das cidades turísticas.

Deste modo, o que se pretendeu destacar neste capítulo é que do ponto de vista urbano, a ocupação do solo de Mangaratiba não é resultado de uma urbanização turística espontânea decorrente da própria expansão e transbordamento da metrópole. Presume-se que a sua maior conexão com a capital e as diversas municipalidades que o circundam não ocorreu de modo involuntário. Por isso, face ao exposto, a urbanização em função da atividade turística é resultado de uma ação direcionada entre parcerias público-privadas e por esse motivo não podem ser naturalizadas como uma dinâmica do próprio espraiamento da cidade. Foram espaços construídos para atender as demandas de lazer e favorecer, em especial, o mercado turístico-imobiliário. Nesse caso, Mangaratiba atende aos “pré-requisitos” para este processo, dado que, a escolha:

[...] não ocorre de forma aleatória, pois a localização destas áreas obedece a alguns predicados, como a disposição de intensas glebas de terras rurais baratas e de rodovias que permitem ligação a determinadas frações da metrópole. As demais amenidades, a exemplo de cobertura vegetal e água, são criadas com facilidade pelo urbanismo empreendedor. A produção desses espaços, como argumentaremos adiante, responde por um conjunto de atividades de lazer relacionados com a metrópole. (ARRAIS, 2015, p. 124)

Por esse motivo, acredita-se que a análise do seu espaço deve ser amplificada, e, pensada no conjunto da sua rede urbana, compreendendo a complementariedade desses espaços e a superação de uma configuração hierárquica, através do esgotamento do dualismo centro-periferia, diante das situações mais complexas delineadas a partir de uma urbanização difusa. Deste modo, mediante a construção de uma tessitura urbana em função de práticas de vilegiatura o município assume outra categoria no espaço urbano, visto que, conceituá-lo apenas como destino turístico e de veraneio seria insuficiente para explicar as complexidades destas inter-relações com a região metropolitana e o cidadão.

## **CAPÍTULO 2 - DISTRITO DE AMENIDADES: MANGARATIBA NO CONTEXTO DA METROPOLIZAÇÃO TURÍSTICA FLUMINENSE**

O referido capítulo pretende aprofundar as discussões que concernem à análise de Mangaratiba no contexto metropolitano, identificando sua relevância para a rede urbana. Acredita-se que o município se insere na típica dinâmica observada em cidades litorâneas, na qual, práticas de vilegiatura tornam-se um dos vetores de urbanização que extrapolam os limites da capital. Neste movimento é comum perceber a apropriação desses espaços pelo mercado imobiliário, que por sua vez, consolidaram na região a construção de uma linha de equipamentos turístico-imobiliários na zona costeira, dentre eles, pode-se citar o Portobello Resort & Safári, que consiste o estudo de caso desta pesquisa. Diante disso, buscou-se categorizar o município como um distrito de amenidades, onde são atendidas as necessidades de lazer geradas no núcleo urbano pelos cidadãos que anseiam o desligamento com o ambiente caótico da metrópole. Pretende-se também, evidenciar de que forma esta realidade produziu o espaço a partir da instalação de equipamentos para atividades de recreação e entretenimento. Para melhor exemplificar, será exposto o objeto empírico, com a devida justificativa de sua escolha dentre inúmeros empreendimentos de natureza similar na região, com intuito de consubstanciar as discussões posteriores.

### **2.1 Distrito de Amenidades: produção do espaço de lazer para a metrópole**

Diante da breve contextualização do referido município, juntamente com a apresentação da região turística a qual está inserido cabe, neste momento, averiguar de que forma o processo de metropolização, associado à produção dos espaços de lazer, sobre o fausto da expansão do mercado turístico-imobiliário, representa fator decisivo para o espraiamento do tecido urbano do Rio de Janeiro. Como já citado, Mangaratiba localiza-se em uma posição estratégica em relação a capital carioca, trata-se da primeira cidade limítrofe a região metropolitana e, por este motivo, desde o início do século XX apresenta-se como



reduto de lazer para o cidadão. Acredita-se que a questão da proximidade em conjunto às belezas naturais e cênicas da cidade não são satisfatórias para justificar a intensa atuação do capital que resultou, nas últimas décadas, no parcelamento do município o que favoreceu os equipamentos voltados para a prática de vilegiatura.

Em um primeiro momento, é preciso elucidar, brevemente, o que se entende pelo processo de metropolização do espaço e como ele está expresso no município. A metropolização não consiste apenas no transbordamento do tecido urbano. De modo geral, envolve, também, a incorporação de costumes e hábitos vivenciados na metrópole, para isso, Sandra Lencioni (2013) destaca que a metropolização incorpora algumas características como, por exemplo, o aumento na intensidade de fluxos de pessoas, mercadorias e capitais; o crescimento das atividades de serviços; a concentração de atividades de gestão e administração; ou seja, a construção de um modo de viver e de consumo que se espelha no perfil da metrópole.

Salienta-se que a metropolização não se constitui a partir de um maior estreitamento das relações com a metrópole, por meio de ações de cooperação com os municípios circundantes. Pelo contrário, envolve a sua expansão a partir da demanda reproduzida por este núcleo central. É nesta lógica que se pode entender que o lazer está intrínseco a este processo, tendo em vista que a promoção do modo de vida afastado dos grandes centros e próximos ao litoral são peças fundamentais para estabelecer este vetor de transbordamento metropolitano. É neste contexto que a metropolização turística se realiza, tendo como condicionantes a difusão dos modos de vida ligados ao lazer, reestruturando a organização das cidades. No caso do Rio de Janeiro, as regiões turísticas localizadas nas margens da região metropolitana, fomentadas, principalmente, pela construção de vias de acesso a esses espaços “periféricos”, experimentaram nas últimas décadas altas taxas de crescimento, transformando-se em aglomerações sazonais voltadas para uma clientela externa em busca de serviços e artigos de prazer. É neste ponto que é possível perceber como o lazer é cooptado pelos modos de produção da metrópole, isto porque, sua realização, por meio da ilusão de evasão, está programada pela lógica urbana, fazendo com que o indivíduo desloque-se até estas “zonas de amortecimento” em busca do revigoramento necessário para retornar ao espaço da vida cotidiana. Esta dinâmica, assim como Fratucci (2005) destaca, envolve a junção entre duas



esferas, a da lógica da produção, sendo esta a esfera do trabalho, com a esfera do lazer. No plano espacial, pode-se perceber esta articulação entre os centros emissores e os receptores a partir da dissolução da metrópole. No caso de Mangaratiba, o cenário muito se aproxima da metropolização turística observada no litoral do nordeste onde:

Para cada conjunto metropolitano são formados um polo e um composto de estâncias marítimas de lazer articulados. Forma-se uma rede, consolidada por movimentos centrífugos e centrípetos. A cidade-polo atrai fluxos de visitantes e sobre ela está a marca, a imagem positiva, atraente, os hotéis, os flats e a agitação noturna. Nela estão os serviços mundializados e especializados. No espaço periurbano estão a praia, a menor densidade, a qualidade ambiental, o resort. Na cidade-polo estão as sedes das empresas, o planejamento, os recursos; na praia estão os produtos, os apartamentos, as casas, os lotes. A cidade-polo e as estâncias-ponto formam a rede dos lugares destinados ao lazer. (PEREIRA, 2012, p. 114).

Enfatiza-se que não cabe aqui estabelecer uma noção de centro-periferia, fortalecendo uma possível hierarquia urbana, isto porque, acredita-se que nestes espaços há uma complementariedade, sendo os espaços das cidades adjacentes, circundantes a região metropolitana, condição fundamental para reprodução das cidades-polo. É nisto que se caracteriza a metropolização turística. Para Souza (2013) este processo mostra-se intimamente ligado à urbanização, a partir da constatação de elementos como: mobilidade metropolitana; alienação espacial; ampliação de renda da terra de monopólio; modernização hedonista; dilatação do tecido urbano; implosão-explosão da metrópole; associações do mercado imobiliário e turismo; especularização dos lugares litorâneos metropolitanos; sofisticação dos produtos do mercado imobiliário; cooperações imobiliárias entre construtoras e incorporações; privatização do espaço de lazer; e conexões dos eixos de expansão metropolitana litorânea com os eixos de expansão metropolitana produtiva e imobiliária. Deste modo, percebe-se que os fenômenos e processos observados na metrópole aparecem em suas bordas como reprodução ampliada da mesma, porém agora, engendradas pela atividade turística. Pensando nestas modificações no conjunto da rede urbana, Mascarenhas (2004, p. 2) destaca que estas localidades alinhadas à metrópole funcionam, na verdade, como “*verdadeiros distritos de amenidades*”. Referindo-se tanto no sentido literal da palavra, por

representar áreas, de qualidade amena, onde possibilite uma sensação de bem-estar, como também, na proximidade de elementos naturais, responsáveis por atrair indivíduos que estão revalorizando o modo de vida com um maior contato com a natureza, elevando estas áreas a raridades, dada a ausência destas paisagens no núcleo urbano<sup>22</sup>. Para o mesmo autor, estes distritos, convertidos em localidades turísticas, são caracterizados por “*áreas vizinhas, sobretudo no âmbito de um raio de linhas isócronas de duas a três horas de acesso por automóvel*” (Mascarenhas, 2010, p. 2-3). Nesse sentido, a reversão da tendência de concentração espacial, também precisa ser analisada mediante ao afastamento de pessoas que visam à busca pelo prazer em espaços bucólicos. Numa visão mais pragmática, Christaller, apoiado na sua clássica teoria das localidades centrais, também identificou esta evasão – em um raio de 50 a 100 quilômetros de distância – para as bordas das cidades industriais da Itália e da Alemanha, constituindo assim, espaços destinados à recreação:

[...] onde buscando fugir da sua rotina diária, os moradores daquelas cidades passaram a viajar cada vez com mais frequência, para lugares onde o clima, a tranquilidade e a amplitude dos horizontes pudessem se contrapor à paisagem hostil e fria das suas cidades; o motivo principal das viagens era a mudança de paisagem. Viajava-se para se recuperar da rotina “inatural” das áreas urbanas. (FRATUCCI, 2008, p. 68)

---

<sup>22</sup> Como amenidades compreendemos “os diversos aspectos atraentes dos diferentes espaços, em particular das cidades, que desempenham papéis importantes nos processos de tomada de decisão locacional (residencial ou comercial) dos indivíduos nesses mesmos espaços” (MELLO, 2006, p.10). Já Hermann e Haddad (2005, p.238) definem que as amenidades são “um conjunto de características específicas de uma localidade com contribuição positiva ou negativa para a satisfação dos indivíduos. As amenidades não estão restritas a características naturais, como áreas verdes, praias, clima etc. Também estão incluídos na definição os bens (ou males) gerados pelo próprio homem, tais como trânsito, poluição, oferta de entretenimento, segurança, etc”.



Figura 8. Slogan de condomínio fechado no distrito de Muriqui.  
Fonte: Site do empreendimento Pontal de Muriqui.<sup>23</sup>

Acredita-se que estas discussões referentes à apropriação de zonas circunvizinhas para a produção dos espaços de lazer muito se aproxima da realidade empírica do estado do Rio de Janeiro. Nesta perspectiva, esta assertiva pode ser comprovada ao analisar o mapa turístico do estado, no qual é possível testificar a expansão de eixos turísticos nas margens da franja metropolitana. Como exposto no capítulo anterior este movimento não é espontâneo; isto porque políticas e ações do estado intervirem no espaço o readequando para viabilizar tanto a instalação de grupos da iniciativa privada e do *trade* turístico como garantir que houvesse deslocamento de fluxos de visitantes para estas localidades. Deste modo, para se estabelecer espaços destinados ao consumo do tempo livre, a presença de atrativos e de potenciais turísticos é secundária a este processo, tendo em vista que estes podem ser facilmente “criados” pelos agentes envolvidos no setor. Confirmando a proposição, é possível perceber um cinturão de cidades turísticas que envolvem a região metropolitana (Figura 3), com destaque para as regiões: Costa do Sol, Serra Verde Imperial, Vale do Café, Agulhas Negras e a própria Costa Verde. As cidades que as compõem são caracterizadas por: aglomerações

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www.rubapar.com.br/empreendimentos/pontaldemuriqui/>. Acesso em: 07/07/2018.

sazonais – principalmente aos finais de semana e feriados - com intenso esvaziamento em dias úteis; e por condomínios fechados, destinados à segunda residência.

No entanto, ressalva-se que firmar a hipótese que a metropolização pode explicar todo o fenômeno turístico seria um equívoco, pois não se trata de uma regra para compreender uma totalidade. Primeiramente, porque o turismo hoje não é apenas caracterizado pela evasão dos grandes centros urbanos e, em segundo lugar, para cada cidade do entorno de uma região metropolitana haverá um contexto e um conjunto de peculiaridades que devem ser analisadas, não podendo determinar que exista uma tendência natural de consolidação da atividade turística apenas por estas estarem próximas a metrópole. O que se sabe é que a conjunção da atuação do capital turístico-imobiliário, construindo espaços de alto padrão, associado às potencialidades naturais e/ou históricas, acrescidos da intervenção do estado na infraestrutura – sobretudo de acesso – fortalecem o deslocamento das camadas médias e da elite, caracterizando assim os distritos de amenidades.

A evidência do espraiamento do tecido urbano sob o viés da metropolização turística é percebido através da proliferação de residências de uso ocasional e de diversos meios de hospedagem. Destaca-se que estes distritos sobrevivem da venda de serviços e artigos, destinando o seu uso àqueles que detêm possibilidades financeiras de adquiri-los. Portanto a produção do espaço de lazer é a forma de reprodução do consumo das cidades.

As localidades vinculadas a essas atividades de lazer das populações urbanas reorganizam-se continuamente, tornando nítidas a função e a paisagem predominantes: residências secundárias, hotéis, restaurantes, condomínios, resorts, marinas, lojas e serviços. A variação na concentração desses elementos propiciou, ao longo do século XX, a formação de distintas paisagens litorâneas redefinidas pelo desejo de lazer a partir de populações citadinas. Esse processo torna-se um “afluente” do processo geral de urbanização, tanto em decorrência da origem dos vacanciers (originários de médias e grandes aglomerações urbanas) como em virtude das transformações socioespaciais na formação dos balneários. Ocorre, em termos lefebvrianos, extensão do tecido urbano. (PEREIRA, 2012, p. 109)

Diante do que foi exposto até o momento, percebe-se que Mangaratiba corresponde a um distrito de amenidades da metrópole, justamente por agregar todas as características que definem este típico espaço, como: os atributos naturais da paisagem; sua proximidade com dois grandes eixos urbanos; sua influência no conjunto da rede urbana; a ação estatal na produção do espaço, viabilizando o acesso ao município; e o parcelamento do território com a chegada dos empreendimentos voltados para segunda residência. Não é por coincidência, que a paisagem do município está extremamente marcada por equipamentos turístico-imobiliários ao longo de sua orla. Porém, destaca-se outro importante atributo que cooperou, em especial, a instalação de uma linha de resorts na sua zona costeira. Isto porque, além do fato de Mangaratiba, do ponto de vista do ordenamento do território, representar o distrito de amenidades para a metrópole, o que ocasionou o *boom* de complexos turístico-imobiliários ao longo de sua faixa costeira, a mesma trata-se de um espaço considerado “vazio” – ou, melhor dizendo, estrategicamente esvaziado – de história e dotado por belezas naturais, tornando-se ambiente propício para a instalação de resorts que visam o rompimento com o ambiente externo, construindo realidades díspares. Contrariamente, instalar um equipamento turístico do mesmo porte no município de Paraty, por exemplo, poderia colocar em risco a proposta do empreendimento, que pretende satisfazer as necessidades do usuário no interior do equipamento turístico. Isto porque o processo de turistificação de Paraty envolveu o seu centro histórico, sendo uma mercadoria de interesse aos turistas. Vale enfatizar que este fato não restringe a instalação de resorts e meios de hospedagem de grande porte na cidade em questão, porém o modo de consumo do espaço é diferenciado. O próprio grupo Portobello<sup>24</sup> possui em Paraty a Pousada Porto Imperial, instalada em um antigo casarão datado de 1804. Ao analisar e comparar os materiais propagandísticos, percebe-se esta diferenciação entre os dois meios de hospedagem. Enquanto que em Paraty a cidade é o próprio chamariz, sendo “*um lugar cheio de história*”<sup>25</sup>, o Portobello Resort & Safári se vangloria da sua estrutura inspirada no estilo polinésio e do seu safári. É a própria negação da cidade.

---

<sup>24</sup>Também há uma área em Paraty, pertencente ao mesmo grupo, voltada para o mercado imobiliário, o Loteamento Porto Imperial, oferecendo infraestrutura e segurança 24hrs e uma marina privativa.

<sup>25</sup> Frase retirada de material de divulgação da Pousada Porto Imperial.



Figura 9. Pousada Porto Imperial no município de Paraty (RJ).  
Fonte: Site da Pousada Porto Imperial.<sup>26</sup>

Nesse sentido, este “fazer turístico” - que será discutido adiante – pautado nas fantasias e no consumo das amenidades, não valorizam o passado, e o resort, neste contexto, seria a expressão máxima deste turismo sem território.

Qual o sentido de dirigirmos o olhar para o passado? O Velho Testamento sugere que quando olhamos para trás podemos virar uma estátua de sal, talvez para lembrar que a vida do ser humano é muito curta para que ele perca tempo na contemplação do passado, ou porque olhar para trás pode paralisar a ação de tal modo que não será possível seguir adiante. Isso tem um sentido bastante concreto para os brasileiros porque o nosso passado, até o final do século XIX, esteve marcado pelo signo da escravidão. Será a escravidão, talvez, o motivo do desprezo pela memória histórica e da nossa dificuldade em considerar o passado como patrimônio da nação (MACHADO, 1995, p.2)

Diante disso, instalar-se em localidades em que a cidade é representada a principal motivação da viagem, poderia representar uma ameaça para estes equipamentos que tem a

<sup>26</sup>Disponível em: <https://portoimperial.com.br/content/uploads/2016/06/2-5.jpg>. Acesso em: 03/09/2017.

reclusão como filosofia. No caso de Mangaratiba, como já destacado, os elementos histórico-culturais estão em precárias condições, e a tímida movimentação turística está atrelada aos segmentos de turismo náutico e de sol e praia, sendo estes facilmente apropriados pelos equipamentos turísticos. Toda esta conjuntura resultou na fragmentação do espaço urbano de Mangaratiba circunscrita pelas necessidades de lazer para aqueles que estão assentados na metrópole.

## **2.2 Resortificação do espaço**

Nesta perspectiva, a pesquisa dedica-se, neste momento, a identificar formas e fenômenos no território que corroboram para esta produção do espaço de lazer. Para isso, buscou analisar a morfologia do espaço urbano de Mangaratiba a fim de averiguar na paisagem quais as estruturas e equipamentos receptores deste fluxo de visitantes estão ratificando este processo. Ao tratar da produção do espaço de lazer para o cidadão metropolitano, logo se remete aos condomínios fechados, que oferecem no ambiente intramuros a possibilidade de maior contato com natureza, além da exclusividade no uso de atrativos naturais, com sistema de segurança vinte e quatro horas por dia, o que é visto como essencial, dado que majoritariamente são residências de uso ocasional. Estes são os clássicos empreendimentos difundidos pelo capital imobiliário em área de interesse turístico, atraindo tanto veranistas motivados pela segunda residência, como também outros grupos que estão buscando o afastamento do caos das grandes cidades. No entanto, esta não é a única forma observada no município: o território marcado por descontinuidades apresenta outros equipamentos voltados para o lazer, que dividem – concorrem – espaço com os condomínios, sendo esses os resorts. Desde o final da década de 60, o município experimenta a chegada de empreendimentos desta natureza que continuam ganhando força e se espalhando por todos os distritos. A localização privilegiada representa ambiente propício para que o capital se aproprie e ofereça como mercadoria praias privadas com locação no coração da Mata Atlântica. Sendo assim, Mangaratiba cumpre com os requisitos ideais para estas típicas estâncias turísticas destinadas ao lazer, que buscam áreas afastadas dos centros urbanos,

preferencialmente ricas em áreas verdes, oferecendo atividades recreativas, de relaxamento e entretenimento.

Desta maneira, percebe-se que não é apenas o mercado imobiliário que tem usurpado as belezas naturais e construído formas de fragmentação, isto porque concomitante ao fenômeno da condominização, intensificado após o ano de 2010 com a explosão de condomínios fechados cercando boa parte da orla do município, outro fenômeno tem corroborado para o parcelamento do território, o que se convencionou intitular de resortificação. O caso dos resorts na região da Costa Verde seria a mais grave das formas identificadas, por, justamente, ser a que menos propicia trocas entre usuários e o lugar onde estão. Geralmente são vendidos pacotes a um público de fora, que ao adentrar aos portões encerram qualquer relação com o ambiente exterior. Alguns desses segmentos estão associados a grandes grupos hoteleiros internacionais, como: Club Med Rio das Pedras, pertencente ao grupo francês Club Méditerranée; Porto Marina Resort, do grupo Mont Blanc, além do Portobello Resort & Safári, que dentre as extravagâncias oferecem praias privadas com marina e safári com animais exóticos; e Porto Real Resort, com clube e uma piscina oceânica.



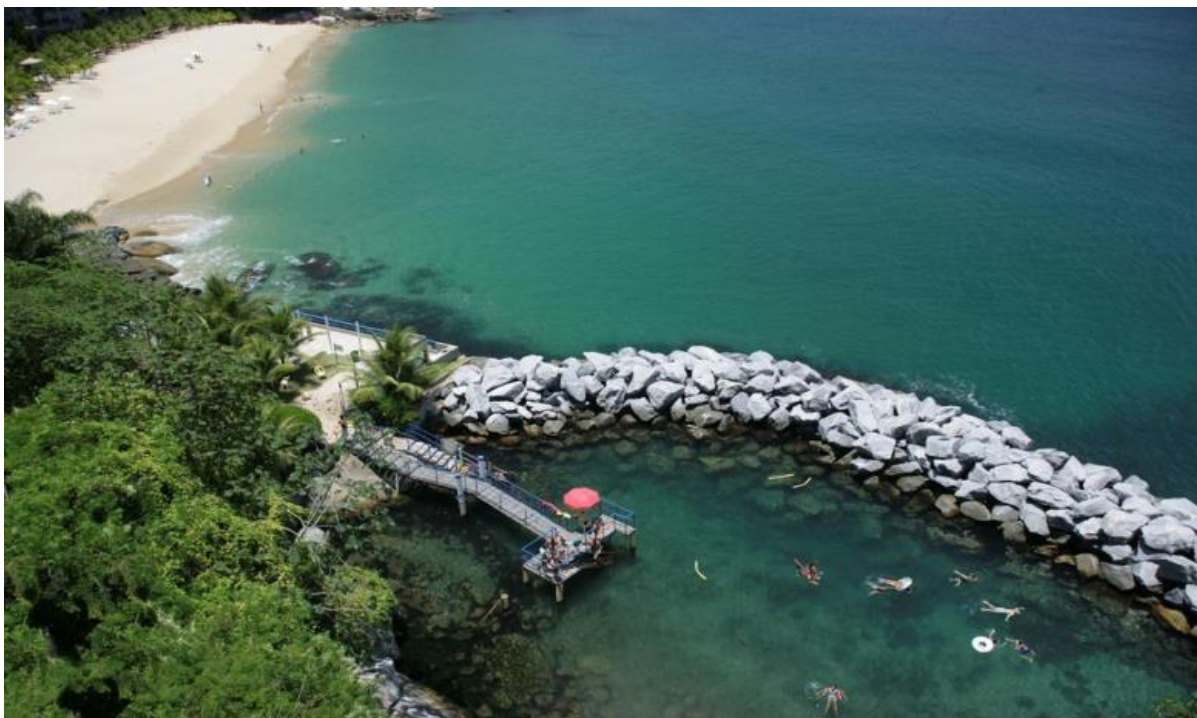


Figura 10. Piscina oceânica e praia privativa na Costa Verde.  
Fonte: Site do empreendimento Porto Real Resort.<sup>27</sup>

É importante ressaltar, que cada fenômeno vai estar associado a uma típica forma, concepção esta que se refere à estrutura física desses enclaves fortificados<sup>28</sup> - podendo ser os condomínios fechados ou os resorts – que fortalecem o processo de fragmentação socioespacial no município. Em tese, cada forma apresentada possui uma típica funcionalidade, os condomínios fechados, subjugados ao capital imobiliário, parcelam seu território em lotes e estão associados, em sua maioria, a veranistas e, em alguns casos, moradores que estão evadindo dos centros caóticos das cidades. Sobre esta forma, Fonseca e Lima (2012) salientam a dupla finalidade dessas áreas de segunda residência: primeiramente, servindo como local de descanso e lazer, e, também, sendo espaço de investimento rentável, dado a possibilidade de inserção no mercado de locação. No caso dos resorts a dinâmica é outra. Por natureza, trata-se de um complexo turístico que não se restringe apenas a um meio de hospedagem, mas visa oferecer ao seu hóspede os mais variados serviços, sendo assim a própria motivação da viagem. No entanto, percebeu-se que os enclaves não se limitam a sua

<sup>27</sup> Disponível em: <http://www.hotelportoreal.com.br/>. Acesso em: 03/09/2017.

<sup>28</sup> Segundo Caldeira (2000) são espaços privatizados, fechados e monitorados para residência, consumo, lazer e trabalho.

respectiva função, pois há em formas destinadas ao veraneio o uso para a primeira residência, como também há em resorts espaços de loteamentos destinados a uso residencial<sup>29</sup>. Isso só revela a estratégia do capital em deslocar os seus investimentos para outro ramo, conforme as oscilações do mercado. Assim, Cruz (1999) afirma que:

[...] a instabilidade do setor da construção civil tornou o setor turístico mais atrativo para empreendedores desse ramo. A necessidade de migração de capitais, de um, para o outro setor da economia, é uma forma de garantir sua reprodução em momentos de crise, logo, é um dos fatores desencadeadores do casamento entre empreiteiras e atividade turística.



Figura 11. Apart-Hotel Porto Marina no distrito de Itacuruçá.  
Fonte: Site da Rede Hoteleira Mont Blanc.<sup>30</sup>

Percebendo a intensa atuação do capital privado nesta região, o que se pretender debater é: *de que maneira a produção do espaço urbano corrobora para o consumo exclusivo dos lazeres?* Com este intuito, serão apresentados os reflexos socioespaciais a partir da implantação desta linha de empreendimentos turístico-imobiliários, do tipo resort, que margeiam todo o município. Deste modo, o trabalho buscará investigar esta típica forma observada na região da Costa Verde, dada sua relevância aos estudos urbanos, tendo em vista

<sup>29</sup> Alguns autores como Dantas (2012) intitulam estes típicos complexos imobiliário-turísticos como *condo-hotéis*.

<sup>30</sup> Disponível em: <http://redemontblanc.com.br/itacuruca/lazer/>. Acesso em: 03/09/2017.

que, constituem casos exemplares de espaços apropriados pelo turismo e marcados pela descontinuidade.

Primeiramente, cabe elucidar a classificação deste típico segmento hoteleiro, que corresponde a um empreendimento de alto padrão com instalações e serviços fortemente voltado para fruição do lazer, especialmente em áreas de amplo convívio com a natureza na qual o hóspede não precise se afastar para atender suas necessidades de conforto, alimentação e entretenimento<sup>31</sup>. Nesse sentido, a própria categoria atribuída ao resort já se apresenta, por natureza, em uma estrutura isolada.

Segundo Suarez (2007), no Brasil houve um *boom* na construção de resorts a partir dos anos de 1990, sobretudo na Região Nordeste, impulsionado pelo Estado, que visava incluir o país no roteiro turístico internacional. A abertura para o capital estrangeiro possibilitou a chegada de grandes grupos que se instauraram no litoral. No caso da Costa Verde, a instalação destes primeiros equipamentos turísticos antecedeu este período. Isto porque os estudos para elaboração do Projeto Turis viabilizaram a ocupação turística do litoral sul do estado do Rio de Janeiro, paralelamente a construção do eixo viário entre Rio-Santos (BR-101). Diante disso, os mega-resorts viram nesta região ambiente propício para se estabelecerem, cercados por atrativos naturais passíveis de serem explorados pelo turismo.

Foi no município de Mangaratiba que um dos primeiros empreendimentos se instalou – Portobello Resort & Safári – dando início ao fenômeno que é possível observar atualmente ao longo da faixa costeira. A resortificação se estabelece a partir da apropriação de áreas com potencial turístico, produzindo paisagens, que não necessariamente dialoguem com a realidade circundante, propiciando ao viajante a melhor experiência turística. O espaço produzido no interior dos resorts constitui uma “bolha” de entretenimento, na qual os simulacros são reproduzidos a fim de construir um mundo paralelo, travestido de imagens que permitam a suposição de uma presença. Nesse sentido, analisar esta forma espacial, que adota simulações que envolvem desde o perfil arquitetônico e as paisagens, como também, shows e apresentações que não expressem, na sua essência, a cultura local, pode muito contribuir para os estudos de lazer.

---

<sup>31</sup> Classificação segundo a Associação Brasileira de Resorts (ABR).



Figura 12. Safári na Costa Verde.  
Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári.<sup>32</sup>

É importante destacar que, a resortificação não está apenas associada à construção de simulacros. Na verdade, o isolamento mostra-se como elemento chave neste fenômeno, isto porque, o visitante acredita que o melhor aproveitamento do tempo livre está associado com a evasão do ambiente urbano, e conseqüentemente, dos importunos da cidade. Esta forma de turismo pouco está interessada no envolvimento com local: o objetivo é apenas o lazer e o descanso, que poderiam estar sendo ameaçados com o contato com o outro. Diante disso, os resorts funcionam como um oásis no deserto, a este público seletivo que busca nestas estâncias o rompimento com qualquer relação externa.

Mullins (1991) já chamava a atenção para a formação de enclaves, como “redutos espaciais de consumo hedonista”. Nestes espaços de realização dos desejos, o bem-estar do turista não pode ser molestado pela presença de

---

<sup>32</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br/>. Acesso: 12/09/2017.

personagens e usos alheios à fantasia do consumo. (MASCARENHAS, 2010, p. 6)

A fuga do cotidiano e da monotonia da sociedade moderna é usada como principal alegação deste visitante, no entanto esta pode estar sendo reproduzida no interior dos empreendimentos, configurando-se um lazer ilusório. É neste panorama que surgem os simulacros como mecanismos de seduzir este turista e ocupá-lo durante sua estadia – é neste momento que é possível perceber que, na verdade, a rotina não foi superada, os lazeres também são programados. Em vista disso, quanto mais atrativos e serviços que distanciem o indivíduo da sua realidade for ofertado em um resort, mais competitivo ele se torna neste mercado. Nesse sentido, percebe-se que o fenômeno da resortificação se manifesta espacialmente, dado o cercamento de espaços através da apropriação pelo turismo, porém, esta só se revela a partir de um viés ideológico presente na sociedade que encara o lazer como uma nova necessidade. Sobretudo, aquele lazer que se concerne ao que está apartado, isto é, o espaço que se dissocia do da vida e passa a referir-se a um lugar distante ligado ao sonhado ou imaginado (CARLOS, 2007). Outro aspecto que ratifica este fenômeno tem a ver com o típico sistema adotado pelos resorts, o de all-inclusive (tudo incluso), ou seja, o viajante tem todas as necessidades supridas no interior do enclave. Isto revela, mais uma vez, a ruptura proposta por estes empreendimentos turísticos. Para melhor evidenciar isto, Fratucci (2008, p. 70) salienta que:

O turismo sem território seria aquela prática pela qual o turista não para no lugar, apenas passa, observa a paisagem exterior passivamente e vai embora, sem manter nenhuma relação mais direta com a comunidade local. É o caso dos pacotes turísticos massificados e dos enclaves produzidos pelos grandes empreendimentos hoteleiros que oferecem tudo o que o turista necessita dentro dos seus limites, isolando-o da realidade cotidiana do lugar.





Figura 13. Resorts como “bolhas” de entretenimento.  
Fonte: Site da rede hoteleira Club Méditerranée.<sup>33</sup>

Sabendo que, a apropriação desses espaços envolve o fechamento de áreas que deveriam ser de uso comum, como as praias e cachoeiras, a questão que é colocada em pauta é: *diante das fragmentações socioespaciais, produzidas por esses empreendimentos turísticos, que usufruem da natureza e a destinam exclusivamente a uma classe que pode pagar por ela, não estaria se instaurando um sistema, no qual, o “não incluso” é mais evidente?* Aproximando-se assim do que Carlos (2007, p. 63) indicava ao evidenciar que *“cada vez mais o espaço é produzido por novas indústrias, como aquela do turismo, e deste modo praias, montanhas e campo entram no circuito da troca, apropriadas privativamente, enquanto áreas de lazer para quem pode fazer uso delas”*.

O isolamento e o enclausuramento são palavras usualmente atribuídas como sinônimos de tédio, porém estas ganham novo significado, sendo agora momento oportuno de “renovação de energias”. Não usufruir do espaço como um todo, e sim do espaço construído para o turismo é uma das consequências deste tempo de lazer cercado. Logo, a relação turista-

---

<sup>33</sup> Disponível em: <https://www.clubmed.com.br/r/Rio-Das-Pedras/y>. Acesso em: 12/09/2017.

cidade – cabendo discutir a existência desta relação – é produzida a partir do que o resort tem a ofertar, sabendo que o mesmo é um espaço vazio e descaracterizado.

Diante da análise do espaço urbano de Mangaratiba foi possível constatar a influência do mercado turístico-imobiliário em cooptar o tempo do lazer. As formas apresentadas, na verdade, são resultantes do processo de fragmentação socioespacial vivenciados nas cidades contemporâneas. Observou-se que esta tendência segregacionista tem se expandido, alcançando outros tempos da vida. A produção do espaço das cidades turísticas segue esta lógica capitalista de acumulação, com o fausto do individualismo e da propriedade privada. Neste panorama, os condomínios fechados e os resorts surgem neste cenário ratificando essa apropriação mercadológica do espaço.

É importante destacar que apesar dos fenômenos representarem formas de fragmentação e convergirem para o mesmo objetivo – uso privativo do espaço público, isolamento dos indivíduos, mercadificação do lazer e da natureza, entre outros – existe um ponto crucial em que os mesmos se distanciam. A condominização é um fenômeno que leva em conta, ainda que minimamente, o ambiente em que está inserido, ou seja, percebeu-se que em todas as formas – seja de residência e/ou de segunda residência – os equipamentos imobiliários se apropriaram do cenário e dos atrativos da Costa Verde e os transformaram em marcas distintivas para o processo de venda. No entanto, a resortificação não se apresenta totalmente contrário a esta ideologia, porém ressalva-se que diante do analisado este fenômeno se configura a partir da construção de uma paisagem extrínseca à região. Por este motivo, as atrações são tão bem vistas nestes típicos espaços.

Acredita-se que isto pode ser explicado pelos diferentes perfis de públicos que usufruem destas formas. Enquanto o morador e o veranista qualificam a área diante dos atributos naturais privativos existentes, ou seja, o quanto mais “intocado” este espaço se apresenta, maior será a sua valoração. Para o potencial visitante de resorts, o entretenimento e a experiência turística são os elementos fundamentais. Isso não significa dizer que o usuário desse espaço não pretende se isolar, pelo contrário, o mesmo, acredita que somente com o afastamento da realidade é possível ter um tempo de lazer com qualidade. Com isso, é possível concluir que na condominização o espaço consumido é o da Costa Verde, enquanto

que na resortificação trata-se de um território sem identidade, como alguns autores convencionaram intitular de “não-lugar”. De maneira geral, o que menos é evidenciado no intramuros é o município em que estão instalados. Os processos históricos, culturais e sociais que consubstanciam o lugar são anulados, ou seja, depara-se com a “*abolição dos lugares*”, assim como destaca Augé (1994). Com isso, as formas erguidas em Mangaratiba são frutos destas contradições, e acabam por potencializá-las através desses espaços de exclusão.



Figura 14. Material propagandístico do condomínio Pontal de Muriqui.  
Fonte: Site do empreendimento Pontal de Muriqui.<sup>34</sup>

Mediante este panorama do espaço urbano do município marcado por uma miríade de equipamentos turístico-imobiliários distribuídos pela zona costeira, conveniou-se, para fins investigativos, determinar um recorte, elencando o melhor objeto que expressasse, dentre tantos, o conjunto de elementos, tanto os de dimensão espacial quanto os novos modos de lazer associados a equipamentos que possibilitem a evasão e a simulação buscando proporcionar um diálogo interessante entre o espaço e o lazer, ou melhor, o espaço do lazer. Logo, ao mirar na análise da produção do espaço, foi possível perceber que os produtos turísticos ofertados no interior destes equipamentos exprimem a tendência do turismo atual, onde a fuga da realidade cotidiana está para além da saída dos centros. Isto porque é necessário que este movimento esteja associado a lugares artificializados – tema este que será melhor discutido no capítulo seguinte. Para isso, foi determinado como recorte espacial o Portobello Resort & Safári, pois acredita-se que além de representar o caso exemplar do que

<sup>34</sup> Disponível em: <http://pontaldemuriqui.com.br/#home>. Acesso em: 12/09/2017



se pretende debater quanto ao lazer, este configura o símbolo do “turismo sem identidade territorial”.

Por este motivo, elegeu-se este empreendimento como caso exemplar, que além de representar um típico enclave turístico com uma estrutura voltada para um público mais abastado, que se apropria de atributos naturais e os transforma em áreas privativas, possui serviços de lazer e entretenimento que distanciam o indivíduo da realidade – vide a possibilidade de realizar um safári, com animais tipicamente da savana africana, em espaço totalmente antagônico, como o da Costa Verde. Trata-se da simulação levada ao extremo. Outro ponto passível de ser analisado é a relevância do Portobello para o capital imobiliário, dado que nas suas dependências há lotes e casas, de alto padrão, voltados para primeira e segunda residência.

### **2.3 “Lugar de ser feliz”: complexo turístico-imobiliário Portobello Resort & Safári**

Neste momento dedicaremos este subcapítulo a uma descrição completa do equipamento turístico em análise, evidenciando todos os elementos que sustentarão e exemplificarão este modelo, para que assim sejam realizadas discussões posteriores referentes aos estudos de lazer e produção dos simulacros embasados por um elemento empírico. A priori, é preciso classificar a natureza deste empreendimento. Como já foi assinalado o Portobello se trata de uma aliança entre o capital turístico e o capital imobiliário. A princípio, a aquisição da terra, na década de 1960, foi para estabelecer o resort, antes mesmo da chegada da rodovia Rio-Santos<sup>35</sup>. Esta foi uma ação estratégica de adquirir estas glebas antes que os proprietários originais, influenciados pelo Projeto Turis, inflacionassem seus preços. Nas décadas seguintes, o resort assumiu papel de condomínio, destinando áreas de loteamentos voltando-se para o mercado imobiliário. Deste modo, hoje o Portobello configura-se um Complexo Turístico-Imobiliário (CTI), ou seja, representa um empreendimento de uso misto, que segundo a conceituação de Sousa et al. (2016), se refere a um conglomerado que, dentro de sua estrutura sistematicamente organizada, unem resorts, residências, marinas e outros equipamentos de lazer em um só produto turístico, que se complementam entre si para atender

---

<sup>35</sup> Informações obtidas por meio de entrevista com representante do Portobello Resort.

as necessidades de lazer, tanto do turista tradicional quanto do turista residencial, pressupondo-se, portanto, uma fusão entre o elemento turístico e o elemento imobiliário. O encontro destas duas atividades significa uma segurança ao equipamento, dado que os movimentos ligados à hospedagem são influenciados pela disponibilidade de tempo, enquanto que, no condomínio o recolhimento da receita se mantém constante, facilitando a circulação de capital.



Figura 15. Planta ilustrativa dos lotes no Portobello.  
Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári. <sup>36</sup>

Quanto ao condomínio, o que sabe a respeito é que está destinado a um público muito seletivo, essencialmente moradores da própria cidade do Rio de Janeiro, que usufruem de casas de altíssimo padrão<sup>37</sup>. São inúmeras as possibilidades de escolha dos terrenos, podendo estar localizados próximo ao lago, na ilha artificial projetada para o loteamento, ou então as margens do canal navegável construído pelo próprio empreendimento, onde se encontram a maioria das glebas. As casas que estão instaladas de frente ao canal podem desfrutar de um cais privativo, possibilitando o acesso direto à embarcação e saída para o mar. Outro modo de

<sup>36</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br/imoveis/>. Acesso em: 20/09/2017.

<sup>37</sup> Em consulta preliminar em sites de vendas de imóveis, os preços das casas variam entre R\$ 5.000.000,00 a R\$ 20.000.000,00. Acesso em: 05/05/2018.

se chegar ao empreendimento é por via aérea, pois o condomínio Portobello dispõe de um heliponto e de uma pista pouso para aviões de pequeno porte.

TERRENOS FLY INN:  
AVIÃO E LANCHAS NA PORTA DE CASA.

PORTOBELLO  
RESORT & SAFARI

CANAL NAVEGÁVEL

PISTA DE POUSO  
TAXI WAY

LOTE

VENHA DE AVIÃO PASSAR O CARNAVAL  
NO MELHOR RESORT DA COSTA VERDE.

APROVEITE PARA CONHECER O NOSSO FLY INN, COM TOTAL INFRAESTRUTURA PARA O SEU AVIÃO.  
PISTA EM OPERAÇÃO

LOCALIZADA NA FAZENDA PORTOBELLO, DESIGNAÇÃO: SDPA. LAT: 022°55'39" • LONG: 044°04'48"W, AL: 20FT  
RIO: 50 MILHAS • SÃO PAULO: 148 MILHAS • BELO HORIZONTE: 185 MILHAS.

Um local exclusivo onde você pode estacionar seu avião dentro ou na frente da sua casa, com vagas para barcos e uma vista deslumbrante. Venha viver a experiência de fazer parte do Portobello em terrenos de até 7 mil m<sup>2</sup>, um canal navegável de 2,5 de calado e uma pista de pouso de asfalto com 1.270m X 30m. Tudo isso com serviços e lazer do Portobello Resort.

BAÍA DA ILHA GRANDE • A 100 KM DO RIO • ENTRE RIO E SÃO PAULO  
WWW.PORTOBELLORESORT.COM.BR  
TEL.: 21 2789 8063 | 2789 8000

Figura 16. Material propagandístico do Condomínio Portobello  
Fonte: Revista Náutica Sudeste. Edição Nº 21. Fevereiro/Março 2017.<sup>38</sup>

Os modos de acesso ao empreendimento, em especial ao condomínio, revelam a sua natureza segregadora, seja pelo não contato com o ambiente externo, adentrando a este “universo paralelo” por caminhos que não cruzam com o da cidade, como também pelo próprio conteúdo propagandístico que oferece a possibilidade de “avião e lancha na porta de casa”. Deste modo, identifica-se como o lazer é um tempo de consumo e uma atividade essencialmente elitista, ao perceber de quem são e para quem são esses espaços. Os condôminos que desejam usufruir das regalias do hotel devem pagar uma mensalidade para acessar os produtos e serviços do resort. Também é possível, por um preço à parte<sup>39</sup>, utilizar a marina para suas respectivas embarcações, esta devidamente equipada com toda infraestrutura

<sup>38</sup> Disponível em: <http://www.youblisher.com/p/1716533-Nautica-Sudeste-21-Simples/>. Acesso em: 20/09/2017.

<sup>39</sup> Os preços das vagas estão disponíveis no site do empreendimento, e as mensalidades variam de R\$ 1.150,00 a R\$ 10.100,00 dependendo do tamanho da embarcação. Acesso: 05/05/2018.

de apoio para embarque e desembarque, e manutenção. Além disso, no interior do empreendimento possui caixas eletrônicas, bares e restaurantes e demais aparelhos que tornam desnecessária a saída dos seus usuários. Nesse sentido, a relação com a cidade de Mangaratiba, seja para a provisão de bens de consumo ou para utilização de alguns serviços é praticamente nula.

Sabendo que uma das discussões levantadas na pesquisa consistirá na concepção do lazer como uma extensão do mundo do trabalho, sendo a necessidade de “consumir” tempo livre fundamental para sua reprodução, estando travestido de uma ilusão do escape, o foco será redirecionado para o ambiente do resort, visto que, os proprietários das residências no condomínio pertencem a uma camada social de um poder aquisitivo muito alto, no qual o debate proposto acerca da cotidianidade não se enquadraria. No caso dos consumidores do espaço do resort, ainda que sejam compostos por um público seletivo, os mesmos pertencem a um grupo social dos altos extratos da classe média, em que será possível tecer alguns comentários a respeito desta forma de consumo e de distinção social. De maneira geral, apresentar o que consiste o empreendimento só revela os processos de elitização dos espaços, de mercadificação da natureza e de esfacelamento do espaço público.

Diante da extensão territorial do Portobello, a área destinada às acomodações e a recepção é bem reduzida, contudo, corresponde a uma porção do terreno cercada pelo mar, todos os quartos – os 152 apartamentos, totalizando 384 leitos<sup>40</sup> - estão localizados de frente para a praia de São Brás, mas, que na verdade, é conhecida como praia Portobello. Em consulta, percebeu-se que a maior movimentação do resort acontece aos finais de semana, e na compra de pacotes para feriados prolongados. Da mesma maneira que o condômino, o hóspede dispõe de todos os serviços ao seu alcance para que o mesmo mantenha-se “preso” em suas dependências. A política do all-inclusive neste caso é a confirmação deste enclausuramento, que inclui nos custos das diárias os serviços de alimentação e bebidas, alguns passeios e acesso às áreas de recreação.

---

<sup>40</sup> Divididos em cinco categorias: Standard, Beach Room, Suíte, Suíte Beach e Suíte Master. Preços de diárias para quarto double, em alta temporada (01/07/2018 – 05/08/2018), variando de R\$ 1.380,00 à R\$ 3.080,00. Acesso: 05/05/2018.





Figura 17. Praia de São Brás como área privativa do resort.  
Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári.<sup>41</sup>

O equipamento também disponibiliza outros produtos de lazer, uns que se apropriam da porção do território voltada para o mar, como os esportes náuticos e os passeios de lancha as ilhas da região, e outros para a porção voltada para a Serra do Mar, em meio a Mata Atlântica, onde estão as trilhas, as cachoeiras, os rios com suas piscinas naturais. É neste ponto que o resort também assume outro segmento, o do ecoturismo, com a realização de passeios ecológicos ao Palmital, que incluem no percurso, banho de rio, sauna a lenha e degustação de palmito<sup>42</sup>. Além destas opções, o Portobello também tem um turismo voltado para a prática da pecuária, isto porque, existe uma fazenda dedicada à criação de gado da raça Brahamn, que eventualmente, demanda a realização de exposições e leilões no empreendimento. No quesito eventos, constatou-se que, o resort vem diversificando o seu mercado a fim de minimizar os prejuízos decorrentes da baixa ocupação sazonal, abrindo as portas para grupos e empresas parceiras realizarem suas cerimônias e solenidades. Na

---

<sup>41</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br/>. Acesso em: 20/09/2017.

<sup>42</sup> Em trabalhos de campo, um guarda do Grupamento de Proteção Ambiental de Mangaratiba (GPA), revelou que um das maiores apreensões na região era referente à extração ilegal do palmito. O que é crime ambiental, no resort, vira atividade turística. São as ironias do próprio capitalismo.

filosofia do Portobello: “*aqui negócios e prazer se misturam*”, na verdade, o próprio lazer é o negócio.

Na ideologia do lazer como condicionante da restauração do indivíduo, o discurso do rompimento com ambiente externo e da aproximação das áreas verdes ganham força. Estas seriam as amenidades buscadas pela classe média. Por esse motivo, na tentativa de atender esta demanda pelo bem-estar, perdido em meio a conturbação urbana, o resort disponibiliza serviços de *spa* para “revitalização e relaxamento”, juntamente com atividades físicas orientadas, como por exemplo a yoga. Desde modo surgem duas questões: seriam estas atividades voltadas para reposição das energias uma ilusão, tendo em vista que não há de fato uma ruptura com a rotina, sendo apenas, um instrumento de status no grupo social? Ou então, podemos inferir que as condições de sanidade mental e psíquica são questões de classe, dado que estão destinadas aos que podem acessar equipamentos que possibilitem uma melhor “qualidade de vida”? São indagações que merecem estudos dedicados ao tema, mas que emergem a partir da vinculação do lazer como uma questão de saúde.

Uma das características dos resorts é justamente a desvinculação estética, histórica e social com o lugar em que estão. No aspecto visual este distanciamento é proposto de diversas formas e uma delas é a própria arquitetura inspirada nos bangalôs polinésios. Destaca-se que a proposta da evasão se apoia na construção de ambientes e costumes que acirram as contradições entre paisagem natural e paisagem artificial. Por este motivo, é comum observar na programação desses equipamentos turísticos, eventos temáticos e atrações variadas. Nesse sentido, o hóspede adquire mais do que uma estadia, mas uma rotina programada com horários a ser cumpridos e vestimentas adequadas para cada ocasião. Logo, o descanso pretendido no tempo livre, na realidade, não é livre, pois, está sob as amarras do turismo organizado. É isto que Lefebvre (1991) apontava ao salientar que os tempos da vida são absorvidos aos modelos da vida cotidiana. Ao consultar o site do empreendimento, foi possível exemplificar esta assertiva através do descritivo de um pacote ofertado<sup>43</sup>, em que, revelava a divisão do tempo por meio das atividades programadas e temáticas. O que leva a

---

<sup>43</sup> Usou como exemplo um pacote ofertado para um feriado, no mês de outubro (2017), incluindo 4 diárias, em quarto double, apresentando tarifas entre R\$ 5.808,00 a R\$ 13.552,00. Acesso em: 24/09/2017.

discutir se esta forma de lazer não seria uma reprodução da própria práxis das cidades, mascarada de liberdade?



## Promoções e pacotes

**DIA 11 – QUARTA-FEIRA**  
Jantar : Botequim Carioca

**DIA 12 – QUINTA-FEIRA**  
Almoço : Buffet Temático TREM DA ALEGRIA  
Jantar : Buffet temático Francês

**DIA 13 – SEXTA-FEIRA**  
Almoço : Buffet Temático com Assados com estação de Feijões  
Jantar : Buffet Temático Frutos do Mar com estação de grelhado de polvo

**DIA 14 – SABADO**  
Almoço : Paella – Cozinha show + estação de grelhados  
Jantar : Buffet temático Italiano com estação Rascal (queijos e embutidos diversos).

**DIA 15 – DOMINGO**  
Almoço : Churrasco Portobello

**OUTROS**

- Coquetel de boas-vindas
- Oficina Infantil de biscoitos e chocolates
- Happy hour todos os dias
- Coquetel de Despedida – Estilo Luau

Figura 18. Programação inclusa no pacote de feriado.  
Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári.<sup>44</sup>

E por fim, o espetáculo se concretiza com o safári em meio a Mata Atlântica, “em uma área de 300.000 metros quadrados, onde vivem aproximadamente 500 animais da fauna brasileira, europeia e africana”. A implantação do safári ocorreu no final da década de 1980 e início da década de 1990, momento este que o mundo estava redefinindo um novo modo de encarar a natureza e o turismo percebeu que dali poderia sair uma atividade rentável que valorizasse este reencontro. No Rio de Janeiro, o safári na Costa Verde foi o mais revolucionário movimento do ecoturismo da época, atraindo um público saturado do turismo de massa e padronizado, que estava buscando novas alternativas de lazer. Neste contexto, a aproximação do que é primitivo, representa a possibilidade de estar em espaços cada vez mais raros nas cidades. O resort realiza os passeios, em aproximadamente uma hora e meia, em veículos com tração nas quatro rodas e teto aberto para observação e fotografia. Além dos animais da própria região, há um espaço para o viveiro de aves tipicamente brasileiras, enquanto em outra área é possível estabelecer o contato físico com cervos, antílopes, lhamas,

<sup>44</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br>. Acesso: 22/09/2017.



zebras, camelos e dromedários<sup>45</sup>. Para Santana (2008) esta atividade nada mais é do que a dissimulação de uma caça, onde a arma foi substituída pelos registros fotográficos.



Figura 19. Passeio no safári carioca.

Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári.<sup>46</sup>

Diante do que foi apresentado percebe-se o conjunto de elementos que são passíveis de análise neste empreendimento. Por este motivo, conveniu-se elucidar, primeiramente, todas os produtos e serviços a fim de aclarar as discussões que serão postas adiante. Sendo assim, o corpo teórico-conceitual desenhado para esta pesquisa estará sustentado sobre este objeto empírico que expressa questões como lazer na contemporaniedade e simulacros de lugares. O slogan do equipamento turístico chama a atenção por se intitular como “lugar de ser feliz”, sobre esta prerrogativa, o capítulo seguinte, partirá de um diagnóstico da sociedade em tempos de desconforto e insatisfação, evidenciando como a atividade turística e os espaços do turismo estão encarregados de gerar felicidade.

---

<sup>45</sup> Em entrevista, o representante do resort destacou que uma das novidades do empreendimento seria a aquisição de duas girafas para compor o safári.

<sup>46</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br/>. Acesso em: 24/09/2017.



### **CAPÍTULO 3 – LAZER EM TEMPOS DE MAL-ESTAR NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

O referido capítulo, em um primeiro momento, irá apresentar a vertente ideológica que sustenta a fruição do lazer enquanto necessidade de revigoração do indivíduo. Para isso será resgatada a concepção do turismo moderno que está enraizado com as relações do mundo do trabalho, nisso torna-se importante definir categorias como: ócio, tempo livre e lazer a fim de direcionar a discussão para compreender a lógica do escapismo que se estabelecia na sociedade moderna. No entanto, ao deparar com a fragmentação do território de Mangaratiba e a construção de espaços elitistas de lazer, possibilitou um caminho de reflexão acerca de um “fazer turístico” que está se disseminando na sociedade atual, este que está para além do escapismo, tornando mais complexo o estudo dos seus espaços e dessas novas necessidades do indivíduo. Este enquadramento teórico será basilar para traçar os desdobramentos e deslocamentos do modo de lazer e do turismo sobre a condição pós-moderna. Diante da sinergia que compreendem a concepção moderna e pós-moderna da atividade turística foram elencados os principais elementos observados no Portobello Resort & Safári que ratificam a discussão apresentada. Sabendo que uma das principais características deste turismo contemporâneo está no consumo de espaços esteticamente impecáveis, em que paisagens artificiais são criadas pelo turismo privilegiando a espetacularização da natureza, este capítulo também buscará evidenciar de que modo o equipamento turístico-imobiliário em questão, contribui para os estudos de lazer na sua totalidade. Vale destacar, que um dos objetivos será apontar o papel da artificialidade e da simulação como recurso do turismo, destacando seu reflexo na conjuntura socioespacial, em que, cenários são criados alheios ao lugar onde estão instalados, configurando assim formas espaço-imaginárias de fragmentação entre turistas e residentes.

### **3.1 Turismo moderno e o “fazer turístico” da pós-modernidade**

Os caminhos de análise da presente pesquisa buscaram até o momento associar de que forma a atividade turística revela-se como um fenômeno espacial, apresentando diversos deslocamentos que cooperaram para produção de espaços destinados a realização do lazer. Na tentativa de revelar também sua dimensão social, este item se dedicará a expor os condicionantes das estruturas da sociedade que categorizaram os movimentos espaciais enquanto fenômenos turísticos, apontando de que modo esta demanda foi forjada na sociedade capitalista a partir da disseminação da ideologia de que a prática de lazer é fundamental para a reestruturação do próprio indivíduo. Logo, o que se objetiva apontar é que a segmentação dos espaços, como: o de trabalho; de moradia; e de lazer – apresentados anteriormente - na realidade tem forte relação com a definição dos tempos da vida cotidiana. Portanto toda esta saturação e busca de refrigério poderiam ser amenizadas, e por si só bastante restauradoras, se o tempo de trabalho fosse reduzido e ambiente de trabalho menos separado do ambiente acolhedor da moradia. Logo, este item terá como objetivo revelar esta matriz ideológica que alicerça as discussões referentes ao lazer e o turismo capturados pelo cotidiano.

Mas, para iniciar o debate acerca do tema, é preciso definir um marco temporal de onde partirá a argumentação proposta tendo em vista que o ato de deslocar-se no espaço é milenar. Segundo Milheiro e Melo (2005) há registros, desde o Egito Antigo, das primeiras viagens a negócios a partir das transações comerciais. No milênio seguinte, com a invenção da roda mais estradas foram construídas durante a antiguidade permitindo assim que fossem realizadas ainda mais viagens. Cunha (1997), ao apresentar esta evolução das viagens, ainda cita o período dos Jogos Olímpicos que atraíam grandes multidões para a Grécia e a Ásia Menor, até culminar nas grandes navegações, que marcaram as viagens expedicionárias, sobretudo exploratórias. Independente das motivações, o ato de viajar por mais que tenha possibilitado novas organizações espaciais, ainda assim, não se definia como uma atividade turística.

Nesse sentido, no esforço de definir a gênese desta prática buscou averiguar na própria origem da palavra, no intuito de melhor compreender este fenômeno. Logo, pode-se encontrar a raiz dos termos “turista” e “turismo”, assentada no período da Grand Tour, que

compreendeu o século XVII. Tratava-se de uma espécie de viagens de intercâmbio destinados a jovens pertencentes à aristocracia inglesa que iniciavam suas viagens pela Europa, podendo durar de dois a três anos, como um mecanismo do próprio processo formativo deste indivíduo, portanto estas viagens eram vistas como de caráter educacional, pela possibilidade de expandir os conhecimentos diante da vivência com outras culturas. É apoiado sobre este contexto que o “viajante” torna-se o “turista”. Vale destacar que esta forma de “tour” estava bem restrita a um determinado perfil de público, no caso, caracterizado por homens da nobreza e que por consequência estavam sendo educados para carreira política e diplomática.

O exclusivismo da Grand Tour somente como uma possibilidade da juventude nobre cede espaço também à burguesia abastada, que começou a viajar, porém, motivada por outros fatores que não a ânsia pelo conhecimento. Estes novos turistas buscavam fugir dos rigorosos períodos de inverno, em direção ao sul, e durante a temporada de verão, escapavam do intenso calor para regiões no interior com temperaturas mais amenas. Esta necessidade de deslocamento frente às condições da natureza foi responsável para se desenvolverem os chamados “destinos de verão” e os “destinos de inverno”. Neste contexto, surgem os famosos balneários – como a Riviera Francesa – que em um primeiro momento foram mais frequentados durante o inverno, onde principalmente os ingleses, buscavam fugir das baixas temperaturas do norte europeu. Isto também, porque até então não havia a valorização dos banhos de mar, as cidades eram litorâneas, mas não necessariamente marítimas. Além disso, haviam também as estâncias destinadas a prática esportiva na neve, como os Alpes Suíços, que mediante a inauguração da linha ferroviária de luxo que ligava a Zurique, e a abertura de hotéis na região começaram a atrair boa parte dos fluxos de viajantes.

É importante frisar que as interpretações referentes à sociologia do turismo são muito diversas; alguns autores como Acerenza (1991), Urry (2001) e Beni (2004) entendem o período citado como o despertar do turismo moderno. No entanto, para a referida pesquisa, adotou-se a concepção de que quando o ato de viajar se torna uma prática essencial para a reestruturação do sujeito, este sim seria o momento em que sinalizaria a inserção do turismo na cotidianidade e evidentemente se consolidaria como uma prática moderna. Nesse sentido, esta lógica só pode ser difundida a partir dos reflexos do mundo do trabalho na sociedade, sendo assim considera-se que a partir deste ponto foi possível compreendê-la enquanto

fenômeno social. A crença faz com que se estabeleça a relação de que é preciso trabalhar pra viajar, e se viaja para trabalhar. Seguindo a própria corrente sociológica, este representaria o fato social, justamente por ser algo extrínseco ao indivíduo e determinante de suas ações, assim como afirma Monlevade (2010) que atribui como um poder coercitivo específico que impõe novas maneiras de agir, pensar e sentir que são externas ao próprio homem. Isso significa dizer que o fenômeno turístico se constituiu a partir do momento em que se desprende dos impulsos pessoais e torna-se uma atividade alienada. Destaca-se que não é uma questão de se anular todos os movimentos espaciais que antecederam este processo, isto porque, assim como afirma Acerenza (1991), estes foram primordiais para se estabelecer as bases do turismo moderno. Porém o que se pretende é definir um marco histórico-temporal no qual é possível detectar as circunstâncias em que as viagens passam a não ser somente encaradas como: possibilidades de realizações comerciais; peregrinações; enriquecimento cultural; e afugentamento das condições climáticas adversas. Pelo contrário, estas passam a serem subjugadas as próprias dinâmicas de produção e consumo vigente, o que corroborou para que anos mais tarde fossem classificadas como segmentos turísticos - como, por exemplo, o turismo religioso, turismo de negócios, turismo de sol e praia, turismo de inverno – nos quais as viagens são transformadas em produtos turísticos sendo ofertadas enquanto mercadorias.

Visto isso, percebe-se que os desdobramentos do ato de viajar e sua consolidação como fenômeno turístico se trata, na verdade de um prolongamento – ou extravasamento – do trabalho alienado que se desenhava na modernidade. Por este motivo, compreender as categorias que envolvem o mundo do trabalho será de extrema relevância para se analisar a prática turística. Tendo em vista esta conjuntura, parte-se das implicações socioespaciais vividas após a Revolução Industrial. Além dos avanços tecnológicos, sobretudo no campo da comunicação e dos meios de transporte, que sem sombra de dúvida foram fundamentais para o fomento das viagens dado as transformações espaciais, destaca-se os reflexos decorrentes do estabelecimento de uma classe proletária, que por meio de lutas sindicais conquistou significativas alterações, como a redução da jornada de trabalho, conquista dos finais de semana e as férias remuneradas. Esta maior “disponibilidade” por parte dos trabalhadores condicionou uma categoria temporal aos modos de vida a partir da centralidade do trabalho. É

o que Damiani (1997) ressalta ao apontar que os momentos da vida social, na verdade, reflete a própria lógica de produção, que transcende o ambiente da fábrica e invade a vida familiar.

A partir desta premissa, o tempo destinado às atividades laborais não é o único a estar capturado, isto porque o tempo liberado do trabalho na verdade transforma-se em tempo dedicado ao consumo tendo como fio condutor a fruição do lazer. Para ratificar, Santana (2008, p. 72) salienta que “*o tempo do não trabalho passa a ser contado como tempo para o consumo, fundamentando a acumulação pela circulação, distribuição e consumo de mercadorias e não simplesmente na exploração da força de trabalho*”. Diante destas novas configurações que compõem o cotidiano, torna-se necessário aclarar as categorias de tempo que emergem na modernidade, a saber: ócio, tempo livre e lazer.

Para iniciar a discussão buscou-se resgatar a genealogia do ócio, que diferentemente das demais categorias, precedeu o próprio movimento de sacralização e dignificação do trabalho. Nas sociedades antigas, o labor diário era desprezado, tampouco a noção de profissão havia sentido. Dessa maneira, a rejeição a este modelo justificava o trabalho servil e, por conseguinte, possibilitava aos privilegiados um tempo voltado para o desenvolvimento de suas virtudes, aprimoramento das habilidades e construção de valores, este por fim, compreenderia o tempo ocioso. Não é por acaso que ao encarar o ócio como algo digno e parte do processo formativo do indivíduo, que a palavra grega *scholé* que significa “lugar do ócio” fosse a mesma que originou a palavra escola. Portanto, entende-se a ociosidade como antecessora ao trabalho, aquele posto na modernidade, sendo ele cronometrado e remunerado. Seria, na verdade, a sua própria contradição. Assim sendo, ao avançar para formulação de um “sujeito moderno”, caminhou-se também para sua decadência, partindo do ponto que ao adentrar o período em que as estruturas da modernidade assentaram-se diante de uma ressignificação do trabalho, transvalorando-o de algo vergonhoso para algo essencialmente dignificante, possibilitou a redução e desvalorização do tempo construtivo e reflexivo do indivíduo. Ou seja, a modernidade anunciava a possibilidade de extinção da categoria ócio.

Outros autores (Fratucci, 2008; Soneiro, 1991) também entendem o ócio a partir do tempo determinado pela natureza, momento este em que os homens eram impossibilitados de tratar da terra dado as condições externas decorrentes dos ciclos e estações climáticas. Mesmo

ao atribuir a ociosidade a este tempo de descanso, ainda assim, poderia se deparar com seu declínio na modernidade, diante da introdução do tempo ordenado pelo relógio, distanciando-se de uma temporalidade natural e se materializando a partir do número de horas trabalhadas. Logo, de uma forma ou de outra, a própria centralização do trabalho na vida moderna retirou da vida a possibilidade do ócio, dando espaço para o surgimento de uma nova categoria de tempo.

Esclarecer estes termos torna-se primordial para que se evite a comum confusão ao atribuir o ócio como parte integrante de um tempo livre. O que justifica, neste momento, discutir a real “liberdade” desses tempos. Como mencionado, as reivindicações trabalhistas no século XIX provocaram expressivas alterações no mundo do trabalho, logo se estabeleceram duas categorias de tempo: o tempo do trabalho e o tempo do não trabalho, este podendo ser entendido como tempo livre ou tempo liberado do trabalho. Diante deste desafio, a classe burguesa precisava criar mecanismos para controlar seus trabalhadores fora do ambiente da fábrica. Assim, o tempo vago poderia representar uma excelente oportunidade de reprodução do capital, por meio da força de trabalho, que não somente a partir da mais-valia. Os empregadores tomaram a consciência de que poderia ser extremamente lucrativo e produtivo explorar uma força de trabalho mais “revigorada” e “renovada” diante do melhor aproveitamento do tempo livre. Isto faz com que as férias mais do que um direito ou uma política da própria empresa, torne-se uma ideologia, sobretudo um plano de excelente êxito, diante da sua faceta mercadológica, ao poder ser vendida ou negociada.

Esta afirmação abre precedentes para outra questão que concerne a valoração dos tempos. A definição das temporalidades que consubstanciam a vida cotidiana moderna deixa de ser dimensionada diante de um grau qualitativo e passa a ter uma importância quantitativa, podendo assim ser medida e comercializada. Portanto, em teoria, o tempo livre seria a possibilidade de resgate do sentido qualitativo do tempo. *E como seria ter um tempo livre de qualidade?* Para Domenico De Masi (2000, p.137), os sujeitos são educados para o trabalho, mas não para usufruir o tempo vago. Para isso, surge o lazer como uma forma específica, sobretudo de consumo, de utilização do tempo livre. Tendo esta como a solução, percebe-se sutilmente o pensamento aversivo a uma possível ociosidade, calcado na própria alienação que reforçava a ideia de que o trabalhador devia tão somente trabalhar para produzir. Assim,

até nos períodos em que os mesmos estivessem liberados de suas obrigações, o trabalhador ao deparar-se com o estranhamento, rende-se as amarras do lazer buscando ocupar-se de atividades diversas para que se tenha a sensação que este tempo também está sendo produtivo.

As atividades de lazer são compreendidas como válvulas de escape das tensões sociais, contribuindo, então, para manter as pessoas em equilíbrio, de forma a não extravasarem para transgressões da ordem social [...]. Se o lazer é entendido como simples assimilador de tensões, ele não pode servir como possibilidade de reflexão, de análise da conjuntura ou de conscientização política das diferenças e injustiças sociais. [...] o lazer poderia ser um tempo para essa reflexão não revolucionária – além de ser um tempo de diversão e descanso – se a sociedade na qual está inserido tivesse outra forma de organização. (Padilha, 2006, p. 174)

É possível perceber que enquanto o ócio era a própria contradição do trabalho, o lazer o pressupõe. Tomando-o como forma de recompensa pelas atividades laborais desempenhadas e sendo condição necessária para revigoração do próprio indivíduo. Assim como afirma Dumazedier (2001, p.32) “*o lazer é um reparador das deteriorações físicas e nervosas provocadas pelas tensões resultantes das obrigações cotidianas e, particularmente, do trabalho*”. É importante que este termo não seja vulgarizado ao atribuí-lo como qualquer atividade de recreação e entretenimento, e sim, compreendê-lo como parte constituinte e extensiva do mundo do trabalho. Nesse sentido, averigua-se que do ponto de vista de liberdade, a ociosidade, como entendida, nas civilizações passadas, revela-se muito mais livre do que o “tempo livre” colocado na modernidade. Marcellino (2000) até questiona a possibilidade do emprego do termo “disponível” ao invés de “livre”, sabendo que em tempo algum este esteve desamarrado de coações ou normas de conduta social.

Com esta constatação, percebe-se que o “tempo livre” não possui coerência alguma para se enquadrar em tempo de libertação e emancipação do ser humano, pelo simples fato de não ser este um tempo em que o homem foge à lógica capitalista. Pelo contrário, o tempo de lazer incentiva e manipula a conformação das atividades de maneira que o trabalhador esteja, integralmente, contribuindo para a reprodução do sistema. (Colombi, 2007, p. 38-39)

Sabendo disso, a comum atribuição de uma visão “*utópica e romântica do tempo livre no interior de uma sociedade fetichizada, como se fosse possível vivenciar uma vida absolutamente sem sentido no trabalho e cheia de sentido fora dele*” (ANTUNES, 1995, p.86), permite que se estabeleça assim um círculo vicioso no qual o lazer é a própria engrenagem, no momento em que os trabalhadores esgotados das rotinas estressantes saem em seus períodos de férias em busca do descanso e melhor aproveitamento deste tempo disponível, contudo, precisam retornar as suas atividades, agora com sua força renovada, garantindo-lhes condições de se manter neste mesmo padrão.

As instituições modernas voltadas para o lazer servem ao modo produtivo na medida em que controlam o tempo livre dos trabalhadores da forma mais adequada possível à manutenção e estimulação da força de trabalho dos mesmos. Tais instituições orientam suas atividades de lazer fazendo com que estas cumpram funções de entretenimento, descanso e recreação (ou seria “re-criação”?) da força produtiva do indivíduo (RUAS, 2012, p.8)

Toda esta discussão como pano de fundo para a pesquisa é importante pelo fato de que compreender a construção do lazer nas sociedades modernas é fundamental para investigar os novos olhares turísticos que foram projetados nos indivíduos. Se o lazer vem como solução, sobretudo de consumo, para se aproveitar de melhor maneira o tempo livre funcionando como um antídoto para os males decorrentes do mundo do trabalho, agora precisam ser ofertadas formas de lazer que revela o “investimento” em um tempo de qualidade, é sobre esta sustentação que o turismo se reproduz. Assumindo assim uma posição otimizadora neste cenário, ao se apresentar como uma prática pensada e adaptada para os dias fora do trabalho.

Apesar de apontar o declínio da categoria ócio dada as conjunturas da sociedade já evidenciadas, pode-se atribuir o turismo, como uma tentativa de reaver os preceitos que embasam o termo, como: descanso, contemplação, reflexão, maior desenvolvimento físico e intelectual. Seria o turismo a própria simulação do ócio. Lefebvre (1991, p. 94-95), ao destacar as condições precárias da vida cotidiana, aponta que romper com a realidade saturada, principalmente do ambiente urbano, a fim de suprir a insatisfação, geradora deste mal-estar, é mais que uma vontade, torna-se uma necessidade. “*Como não aspirar a ruptura? Como não querer fugir do cotidiano?*”. Logo, o referido autor sinaliza a existência de duas



estruturas de lazer que possibilitariam esta cisão. A primeira corresponderia às formas de lazer que estão integradas na cotidianidade, no próprio dia a dia do indivíduo; e a segunda estaria atrelada ao desejo de evasão, sendo este o distanciamento da realidade, podendo ser no plano espacial ou não. Sob esta ótica se assenta o turismo como mediador neste processo, ele é a própria realização da ruptura, acima de tudo, imaginária. *O desejo pelas férias definidas pelo calendário marca a presença do lazer na vida de cada indivíduo, mas na verdade, mascara a própria ausência do lazer na vida cotidiana.* (SANTANA, 2008, p. 75)

Frente a estes discursos ideológicos pode-se alavancar o turismo, agora um pouco mais democratizado, incluindo a classe trabalhadora, porém motivada pela busca de ambientes que contrastam com o que era rotineiramente vivenciado. Logicamente, a possibilidade de fruição do lazer sob esta concepção não envolve necessariamente a ruptura espacial, porém, cabe destacar que associado a expansão do turismo vivenciado pela classe trabalhadora, algumas cidades europeias vinham atravessando o processo de modernização e por consequência a escassez de espaços públicos ou de recreação, para este mesmo público, os obrigava a se direcionar para localidades afastadas do centro urbano. Logo, percebe-se que mais que uma condição de escapismo era uma luta pelo próprio “direito” de lazer.

Isto acabou ocasionando que grandes fluxos se deslocassem<sup>47</sup> em direção as estâncias marítimas e áreas rurais nos arredores das cidades, caracterizado assim o turismo de massa. Partindo-se do pressuposto de que o lazer nada mais é do que um prolongamento do mundo do trabalho alienado é evidente que as estruturas do turismo baseiem-se nos modos produção vigentes. Desta forma, este período foi categórico na propagação, dos até então desconhecidos “pacotes de viagens”<sup>48</sup>, característicos por suas ofertas padronizadas e comercializados em larga escala. Por este motivo, entende-se o turismo de massa como símbolo do turismo moderno, que para Krippendorf (2000) correspondia a um modelo em que muitas pessoas, realizam as mesmas viagens, visitando os mesmos pontos. Se o lazer é a panaceia para o desgaste do cotidiano, certamente o turismo seria o receituário perfeito que possibilitaria a sua

---

<sup>47</sup> Cabe destacar que este movimento sofreu uma estagnação diante da recessão econômica de 1939 e da instabilidade decorrente da II Guerra Mundial. Sua retomada foi mais significativa e expressiva no pós-Guerra, mas precisamente a partir da década de 1950, onde houve uma maior valorização das viagens turísticas.

<sup>48</sup> É neste contexto que nasce o termo “pacotes de viagem”. Era uma alternativa de viagem para a classe trabalhadora que buscava encontrar alternativas de viagens prontas para usufruir satisfatoriamente o seu tempo disponível.

recuperação. Destaca-se que a inauguração da primeira agenciadora turística, a empresa de Thomas Cook<sup>49</sup>, possibilitou a disseminação desta lógica ao produzir pacotes destinados em especial a classe trabalhadora, oferecendo-os possibilidades de viagens muito previsíveis e extremamente programadas. Sobre esta estratégia que foi fundamental para a explosão da prática turística na época, Mendes Júnior e Ferreira (2009, p.430) revelam que a padronização de viagens de lazer:

[...] antecipou a ideia de esteira na produção industrial em massa, de modo semelhante à produção fordista, resultando num comportamento padronizado para seu público consumidor que, em grandes grupos, visitavam os mesmos lugares e consumiam as mesmas coisas.

Devido a este grande contingente buscando por espaços de divertimento novas cadeias hoteleiras foram se espalhando, além disso, para Fratucci (2008) a valorização e a retomada dos banhos de mar também corroboraram para a mudança de percepção do viajante, desencadeando o processo de turistificação desses espaços litorâneos. Cruz (2007, p. 12) aborda este processo a partir de um conjunto de ações, como: a criação de novos objetos espaciais; a readequação dos objetos preexistentes atendendo as demandas do turismo, legitimando assim as requalificações e/ou revitalização de áreas; e também considera o seu poder de atuação no campo imaterial da sociedade. Logo, a prática moderna do turismo, sobretudo o fenômeno turístico que se desenhou na modernidade conduziu a turistificação dos espaços, tendo como resultante os espaços turísticos. Nota-se que a determinação de um espaço para a realização da prática turística está associada à própria dinâmica, já discutida anteriormente, referente à segmentação dos espaços em consonância com a divisão dos tempos da vida cotidiana. Portanto, a construção desses espaços, sobretudo o processo de turistificação é na verdade uma tentativa de idealizar uma localidade como puramente destinada ao lazer, reforçando as teorias que sustentam o distanciamento da rotina. Porém, a turistificação carrega consigo toda a necessidade de implantação de uma cadeia produtiva voltada para o setor, que acaba por derrubar a ideia de distinção entre os territórios do lazer e territórios de trabalho. Com isso, diante da ampliação do *trade* turístico, essas noções acabam

---

<sup>49</sup> Considerado o pai do turismo moderno, Thomas Cook, em 1840, foi o pioneiro a organizar um pacote turístico, o que acabou por fomentar a criação de viagens em grupos, criando em 1851 a primeira agência de viagens “Thomas Cook and son”, que começou suas atividades realizando itinerários de trem a partir de Londres.

se sobrepondo justamente pelo fato de que enquanto para o visitante aquele seja o espaço de lazer, para outros aquele se transforma no espaço de trabalho. Desta maneira, nos territórios turistificados – enquanto espaços turísticos – consumo e produção se misturam. Assim sendo, infere-se que este é mais um motivo que testifica a lógica do escapismo como uma falácia. Obviamente, a cisão entre estes espaços na modernidade era mais perceptível, do que a observada na contemporaneidade, mediante as diversas transformações decorrentes da globalização, porém isto não a isenta de ter sido construída sobre os alicerces de uma ilusão. Acredita-se que isto complementa as formulações de Padilha (2000) ao tratar do casamento entre tempo livre e capital como um par imperfeito, justamente pela dificuldade de compreender um tempo que se propõe romper, mas na realidade respeita a própria lógica do capital.

Descortinando todos estes discursos que permeiam o desfrute do lazer na forma turística buscou-se revelar o seu modo de cooptação velado, mediante diversas crenças como, por exemplo: o rompimento com espaço de trabalho; condição de restauração do sujeito; comercialização de pacotes programados, com uma “agenda de férias” recheada de atividades que preenchem o tempo disponível. A luz disso é possível perceber como se constrói o olhar do turista sustentado pelo desejo da fuga, que para Luchiari (1999) é resultado da insatisfação generalizada do indivíduo com sua vida cotidiana, logo o mesmo busca negá-la a partir da realização do “anticotidiano”, possibilitado pela atividade turística. Posto isso, examina-se que os (re)ordenamentos propostos pela turistificação incorporam dimensões e categorias criadas e impostas para a manutenção do sistema, portanto o espaço destinado a renovação do indivíduo na realidade encobre a renovação do próprio capital.

Concluindo toda esta discussão que permeia a massificação e a alienação do turismo na modernidade constatou-se que houve significativas mudanças, sobretudo deflagradas pós Revolução Industrial, estas que estabeleceram as bases importantes para o desenvolvimento da atividade turística na posterioridade. Evidentemente que o resgate histórico da gênese deste fenômeno nas sociedades modernas será de extrema relevância para corporificar o debate referente ao modelo atual do turismo que vem se desenhando a partir da produção de novas necessidades dos indivíduos. Vale salientar que não se pretendeu aqui destruir todas as sensações e sonhos que envolvem este universo turístico. De certa maneira acredita-se sim

que, ainda que de modo ilusório – ou alienadamente – o indivíduo é capaz de se revigorar. A contestação não parte da dúvida sobre esta afirmativa, porém confronta a ideia emancipatória que ampara o lazer, aclarando como este processo faz parte de um contexto de ampliação do capital, que como já visto se expressa espacialmente e temporalmente.

Diante deste arcabouço teórico que exprime a intensa relação do lazer com o mundo trabalho, torna-se necessário considerar as transformações que envolvem esta categoria, engendrando e desencadeando novas conjunturas e reflexos nas sociedades. Sob este panorama, será apresentada a transição do sujeito moderno para o que se entende como sujeito pós-moderno. Adianta-se que este contexto parte da exacerbação do consumo na contemporaneidade, sobretudo em prol do prazer. Logo, tratar deste sujeito consumidor é revelar seu caráter hedonista. Por este motivo, compreender a lógica do lazer e do mercado turístico diante deste cenário, na verdade, anuncia a emergência de um novo modelo – ou segmento - em que se acredita tratar de um “fazer turístico” pós-moderno.

Em um primeiro momento é preciso discutir, ainda que brevemente, o uso do termo pós-modernidade, trazendo à tona alguns elementos que o compõe. Apesar do prefixo “pós” indicar algo que sucede ou que vem após, neste contexto, parte-se de outra abordagem na qual indica a decomposição de um modelo, mas não necessariamente sua sucessão ou superação, como muitas das vezes é interpretada. Portanto, não se refere a um marco de ruptura temporal, sinalizando o fim de uma era e o alvorecer de outra, na realidade, estaríamos mais próximos do que se entende como um período transitório, apoiando-se em Harvey (2008) ao concluir que há muito mais elementos que apontem para uma continuidade, ainda que obscura e sem certezas quanto ao futuro, do que diante de uma completa cisão. No entanto a noção contínua não expressa a reafirmação dos postulados da modernidade, contrariamente, a pós-modernidade simboliza a redefinição dos discursos, declarando a própria dissolução do pensamento moderno. Ou seja, toda a rigidez, a racionalidade, e o pragmatismo estabelecido se desfaz, entrando em profunda decadência, marcando o surgimento de outros valores e princípios pautados na pluralidade e na fragmentação. Ao adotar esta ideia, entende-se que sendo a pós-modernidade a ruína deste modelo, a nova estrutura que emerge por mais que esteticamente se diferencie da anterior, apresenta similaridades entre os seus alicerces. Apresentar estas definições torna-se fundamental para a discussão aqui proposta justamente

por propor uma leitura que extrapole o massificado debate acerca da modernidade *versus* a pós-modernidade, justamente por compreender a possibilidade entrelaçamento, ainda que contraditórios, dos paradigmas que as compõem refletindo na sociedade contemporânea como um tipo de condição humana. Numa tentativa, talvez insuficiente, de simplificar toda a discussão complexa que permeia a temática, se pretendeu elencar alguns elementos, principalmente de ordem moral que segundo os escritos de Bauman (1998; 2001) conduziram a uma fragilidade no mundo diante de um sentimento que paira gerando incertezas e inseguranças. Incontestavelmente, o que se nota é mais do que uma passagem, mas sim a erosão da solidez da estrutura moderna, centrada na estabilidade, na segurança e no controle, para uma liquidez diante da intensificação dos fluxos e da efemeridade das relações. Todas essas condições de vulnerabilidade, associados a angústia de estar perdido em um mundo cada vez mais subjetivo e sem referenciais, para este autor, é um dos motivadores do mal-estar pós-moderno.

Ainda segundo este mesmo autor, destacam-se suas reflexões acerca dos deslocamentos da noção de liberdade, que por si só já se revela um tanto quanto duvidosa, tendo em vista a dificuldade de sua conceituação em meio ao sistema capitalista, melhor sendo definida como um projeto inalcançável dos indivíduos. Diante do que se tenta articular neste capítulo acerca do lazer e o turismo e as ilusões que permeiam este universo possibilitando uma possível liberdade, como já mencionado anteriormente, retoma-se este tema, agora a fim de apontar a substituição de ideias que sustentam o conceito. Enquanto que na modernidade a valorização da razão, que indicava a emancipação do sujeito, atrelava muito a liberdade subjetiva ao “ser”, sobretudo, normatizada pelo mundo do trabalho, na pós-modernidade, o que se observa é a sobreposição do “ter” sobre o “ser”, a exacerbação do consumo condicionado pela obsolescência, dando um novo significado a noção de liberdade, ou melhor, direcionando a um reducionismo por meio do esvaziamento do seu sentido quando atrelada ao poder de consumo. Ou seja, pensa-se que o indivíduo é livre quando pode consumir o que bem entender, logo, ele precisa estar inserido neste circuito de poder de compra. Em síntese o que se testifica nesta passagem é a transição de uma “*sociedade dos produtores*” para a “*sociedade dos consumidores*” que para Bauman (1998) condicionou toda uma reestruturação das relações sociais. Acaba que por fim, o que se estabelece é um círculo

vicioso de compras, onde quanto mais este cenário da *modernidade líquida* se revela como gerador de angústias na sociedade atual mais é incentivado o consumo como um mediador num processo de busca incessante pelo prazer e satisfação.

Antes de discorrer sobre consumo hedonista, é importante salientar a categoria trabalho neste contexto. Isto porque, aliado a consolidação de uma sociedade dos consumidores, na qual o consumismo generalizado vem contaminando a sociedade atual destaca-se que a pós-modernidade além de diluir os discursos que sustentavam a modernidade, também marcou a dissolução da rigidez do mundo do trabalho, gerando profundas mudanças nas estruturas organizacionais no processo produtivo, principalmente diante do aprimoramento decorrente das inovações tecnológicas e, por consequência, desencadeando aumento do desemprego. Sobre esta temática resgatam-se os apontamentos de Harvey (2008) que apresenta a reestruturação do capitalismo por meio de suas facetas como, por exemplo, a adoção de modos de produção mais flexíveis, o que ele convencionou chamar de acumulação flexível, entendendo-a como:

[...] um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto em setores como em regiões geográficas (HARVEY, 2008, p. 140).

Diante destas constatações é comum haver o questionamento sobre a perda da centralidade do trabalho na sociedade contemporânea. *Mas, sabendo que o lazer está capturado pelo cotidiano por meio do tempo do não-trabalho, e se estamos mesmo diante do fim da categoria central do trabalho, como compreender o lazer na pós-modernidade?* Uma das alegações de Claus Offe, um dos principais idealizadores desta tese, se refere às diferenças entre as formas de trabalho “produtivas” e de “serviços”, que segundo o referido autor, representa um dos principais fatores de ruptura na homogeneidade do trabalho. Vale

destacar, que não é objetivo desta pesquisa apontar todas as argumentações que sustentam a hipótese de Offe para discutir a suspeita do fim da centralidade do trabalho, justamente por não concordar com a mesma. Acredita-se que é incontestável os deslocamentos que transpassam o mundo do trabalho, decorrentes das próprias demandas do capital que em meio suas crises, se reestrutura assumindo novas formas para manutenção de sua acumulação. Contudo, é inquestionável o papel central que esta categoria assume nas relações sociais, respondendo assim parte da pergunta acima. Retomando o argumento citado de Claus Offe, tomou-se como base para a discussão, neste momento, a sua interpretação de diferentes racionalidades que compreendem os setores produtivos e o de serviços, convenientemente por esta pesquisa tratar em especial da atividade turística que envolve, em suma, o setor terciário. Segundo Augusto (1998), uma das fragilidades na argumentação do autor supracitado é atribuir somente critérios que envolvem eficiência, produtividade e crescimento ao setor industrial, negligenciando a possibilidade do extravasamento da lógica produtiva para os serviços. Partindo do turismo enquanto prática moderna como aqui apresentada, por meio dos pacotes massificados e padronizados, já seria suficiente para questionar esta teoria, pois é possível identificar a mesma tendência produtiva das indústrias modernas se estendendo aos serviços turísticos. Mas ainda assim, esta justificativa poderia ser insuficiente e abrir precedentes para se questionar o turismo mediante a lógica flexível. Para isso, apresenta-se o que se entende como “fazer turístico” sob a condição pós-moderna.

No campo do turismo, nos últimos anos, esta tendência vem sendo marcada pelo surgimento de novos mercados e segmentos, produzindo mais que novas necessidades, gestando novos desejos nos indivíduos. A reestruturação do capitalismo fez nascer uma política de mercado pautada na demanda, na qual mercadorias são ofertadas com intuito de gerar satisfação, criando e segmentando grupos cada vez mais específicos e exigentes. Assim observa-se que as viagens neste contexto ganham uma nova dimensão, rompendo com as estruturas padronizadas e destinos clichês, possibilitando uma maior autenticidade, exclusivismo e personalização. É diante deste novo arranjo do turismo que os lugares turísticos mais “incomuns” entram neste circuito de destinos mais desejados, como, no caso

das viagens internacionais, onde países do Leste Europeu e da Ásia<sup>50</sup>, tornam-se preferência de muitos viajantes ao invés das principais cidades europeias, e no caso das viagens nacionais, a valorização de paisagens exóticas em espaços cada vez mais afastados das grandes metrópoles brasileiras.

O consumo na pós-modernidade não se baseia tão somente na produção em massa, com produtos pré-determinados, mas abre-se para as particularidades individuais e o individualismo passa a representar uma realidade fortalecida nos pilares da sociedade contemporânea. O turista passa então a exigir produtos diferenciados, personalizados, flexíveis e qualificados que vão ao encontro de seu encantamento e reencantamento com o mundo. (TITO et al., 2017, p.430)

Logo, percebe-se que os ditames da flexibilização que perpassam os modos de produção, estão alcançando principalmente as formas de consumo do mercado turístico, sobretudo pautadas na demanda. Destaca-se que o consumo desses novos produtos, são privilégios de grupos de poder aquisitivo mais elevado, nesse sentido, atesta-se a forte relação da ampliação da comercialização de destinos mais excêntricos – no sentido figurado e literal da palavra – com a democratização do turismo, que possibilitou que outras camadas sociais fossem inseridas neste universo, em função da redução nos preços das passagens aéreas e a facilidades nas formas de pagamento. Alguns autores, assim como Lipovetsky (2007), acreditam que o hedonismo tem movido muito mais o consumo no capitalismo avançado do que a busca por distinção entre classes. Claramente os estímulos aos prazeres por meios de símbolos estéticos permeados pelos sonhos e desejos de novas experiências são os motivadores do consumo pós-moderno. Porém, aproximando-se do que Featherstone (1995) entende como cultura de consumo, se entende que há na realidade uma imbricação entre estes elementos. Isso significa dizer, que se na pós-modernidade o que temos é consolidação de uma sociedade de consumidores, produzida por uma cultura de consumo hedonista, logo, a própria relação de classes estará assentada na diferenciação do consumo de bens atrelando a estes a função social de prestígio. Portanto, esta lógica desmistificaria a frágil teoria de que as

---

<sup>50</sup> Segundo o relatório Barômetro de Viagens e Turismo (OMT, 2006) há uma projeção de que o crescimento anual no fluxo turístico da Europa a partir de 2020 será de 4,6% contra os 3,3% atuais. No entanto, essas estatísticas mostram que os países do leste terão índices ainda maiores: 8,5% na Federação Russa; 8,4% na Croácia; 6,2% na Eslovênia; 5,5% na Turquia e 5,2% na Bulgária (NASCIMENTO; SILVA, 2009).



pessoas tornam-se socialmente incluídas por meio do seu “poder de compra”, isto porque, para os consumidores, as mercadorias são dotadas de simbologias, das quais diante de sua posse e uso expressam e determinam o sistema de relacionamento e seu lugar social.

[...] sobre o que é o lazer, é comum ainda encontrarmos respostas que o associam à participação e ao desenvolvimento, dentre outras possibilidades que evidenciam seu potencial formativo, mas o fato é que tendencial e predominantemente o que ele constitui mesmo é uma mercadoria cada vez mais esvaziada de qualquer conteúdo verdadeiramente educativo, objeto, coisa, produto ou serviço em sintonia com a lógica hegemônica de desenvolvimento econômico, emprestando aparências e sensações que, involucralmente, incitam o frenesi consumista que embala o capitalismo avançado. [...] o que estamos querendo dizer é que num movimento como nunca antes se viu o lazer sucumbe de modo direto e irrestrito à venalidade universal. A mercadoria não é apenas uma exceção no mundo do lazer como antes, mas sim a regra quase geral que domina a cena histórica atual (Mascarenhas, 2005, p.141)

Para sintetizar esta lógica de forma prática no turismo atual, exemplifica-se a partir da espoliação da natureza, transfigurada em ecoturismo. A priori, para tratar das raízes fundamentais que direcionaram um pensamento ecologicamente correto, aproximando viajantes e natureza, destacam-se os efeitos negativos do turismo massificado. Desde o seu surgimento até o momento de sua maior acentuação, entre as décadas de 1960 e 1970, o turismo de massa revelou-se como uma prática de intenso impacto devido a saturação dos destinos, onde viagens eram realizadas sem nenhum estimo ou ética ambiental, além da falta de estudos de viabilidade resultando em uma desordenada ocupação dos territórios pelo *trade* turístico, acabando por deixar como marca para as comunidades receptores, em um período sazonal, a responsabilidade de lidar com o aumento na produção de lixo, os infortúnios do caos com o aumento do fluxo de pessoas e a falta de estrutura para o saneamento básico. Aliado a isto, houve neste mesmo período, a eclosão do paradigma ambiental, um marco na história, tendo em vista a degradação ambiental decorrente dos modos de produção levando a discussões que refletissem em uma forma consciente de uso adotando políticas ecologicamente corretas. De mesmo modo, o turismo contaminou-se com esta onda

sustentável que se desdobrava por todos os setores, e também organizou um evento voltado para a temática. Assim, em 1976, foi realizado o Seminário sobre os Impactos Sociais e Culturais do Turismo, na cidade de Washington (EUA), promovido pelo Banco Mundial e pela Unesco, tendo como uma das pautas de discussão os efeitos negativos da atividade turística. Este seminário deu subsídios para a realização da Conferência da Organização Mundial do Turismo (OMT)<sup>51</sup>, que ocorreu no ano de 1980 nas Filipinas, comumente conhecida como Conferência de Manila, onde houve a promulgação do Código Mundial de Ética do Turismo, que dentre as ações estabelecidas visava a minimização dos impactos negativos ao meio ambiente, ao patrimônio cultural e as sociedades (Pires, 1998), sendo assim, tornou-se a principal referência de documento para o desenvolvimento sustentável do setor.

Todos esses fatores representaram campo fértil para dinamização das estruturas do mercado turístico, oferecendo uma miríade de roteiros verdes atendendo as mais variáveis demandas. Mais do que um turista, trata-se de da construção de um consumidor “consciente”. Nesse sentido, pode-se optar por uma viagem a um típico destino turístico voltado para o segmento de sol e praia, realizar as refeições em cadeias do ramo da alimentação *fast-food*, se hospedar em hotéis de redes conceituadas, ou então, buscar estar mais próximo do “natural”, podendo mergulhar com peixes, fazer caminhadas em trilhas ecológicas, se hospedar em empreendimentos que valorizem a política da sustentabilidade, como aqueles que fazem coleta seletiva do lixo e reuso da água, optar pela comida típica e regional, enfim, de um modo geral, o que se pretende apontar é a possibilidade de obter dois tipos de viagens completamente diversas em um mesmo destino turístico. E o objetivo é exatamente este, como Mourão (1997) classifica o “*ecoportunismo*”, reside na recriação deste mercado, ofertando outros produtos carregados de símbolos e discursos a fim de que o capital continue buscando novos meios de se reproduzir.

---

<sup>51</sup> “A Organização Mundial do Turismo (UNWTO/OMT) é uma agência especializada das Nações Unidas e a principal organização internacional no campo do turismo. Ela serve como um fórum global para questões de políticas turísticas. A OMT desempenha um papel central e decisivo na promoção do desenvolvimento do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível, dando particular atenção aos interesses dos países em desenvolvimento. [...] Sua composição inclui 154 países, 7 territórios e mais de 400 membros afiliados, representando o setor privado, instituições educacionais, associações de turismo e autoridades de turismo local.” Disponível em: <https://ajonu.org/2012/10/17/organizacao-mundial-do-turismo-omt/>. Acesso em: 25/05/2018.

A fim de sustentar todo este ideário vislumbrado pelo turismo contemporâneo, percebe-se a valorização do componente paisagístico como mecanismo para encobrir as verdadeiras amarras do lazer. Isto porque novas ilusões são projetadas nos indivíduos, mas agora no que tange a proximidade do verde cada vez mais raro e encarado como única forma de ruptura da rotina massacrada pelos típicos cenários acinzentados do ambiente urbano, por isto, a natureza ganha nova dimensão a partir da exploração do mercado turístico, tornando-se uma “nova raridade”. Sobre isto é importante destacar que:

As “novas raridades” servem de estratégia para a reprodução do capital por adquirirem valor de troca e, por conseguinte, transformam-se em mercadoria. Estabelecem assim a propriedade privada dos outrora “bens livres”. [...] Deixando de ser bem livre, disponível a todos, as desigualdades são reforçadas, pois passa a ser regido por leis de propriedade. (SANTANA, 1999, p. 180)

Na verdade, tomou-se como base o ecoturismo para exemplificar uma conjuntura muito mais abrangente que envolve a tendência do turismo pós-moderno, além do que acaba por aproximar e introduzir as discussões que serão postas a seguir. Mas o que se analisa na totalidade desta prática é consolidação de um turismo traçado pelo hedonismo, pela efemeridade, pela valorização da estética, e necessidade de consumo de sensações. Por este motivo é comum observar nos últimos anos o surgimento de segmentos turísticos, como já visto, o ecológico, o de aventura, estes por propiciarem um maior contato com a natureza e por retomar a noção de primitivo ao indivíduo; como também, o segmento de turismo esotérico, por estar vinculado ao místico e a espiritualidade. Apesar da ideia de apresentar um novo modo de fazer turismo, é preciso destacar que isto não implica na superação do antigo modelo, pelo contrário acredita-se que a pós-modernidade complexifica a ideia de “fuga”, preconizada pelo turismo moderno, porém sobre outros planos. Este turista pós-moderno, motivado pela busca de experiências que contrastem, almeja novos produtos turísticos que o permitam este afastamento da realidade. Nesse sentido, percebe-se que o distanciamento não é apenas no plano espacial, sendo agora, no próprio imaginário. É neste contexto, que também se enfatiza que a ilusão também está assentada na condição de que para a realização destas

atividades, requer a adequação das instalações e da infraestrutura, reproduzindo assim, as estruturas e comodidades da cidade, porém, mascaradas de exóticas e naturais.

Ousa-se dizer que na verdade o fazer turístico pós-moderno representa na verdade novas opções de mercado, nichos que vão atrair um público específico, estabelecendo diferenciação social e valorização do *status* por meio da fruição do lazer, podendo assim concluir que a condição pós-moderna no turismo expressa e reforça, de forma geral, as próprias fragilidades da sociedade contemporânea. Deste modo, ressalta-se que o objetivo aqui não é fazer uma determinação de características de um turista moderno e um pós-turista e sim apresentar o entrelaçamento destas concepções frente às reconfigurações do mercado consumidor em virtude de uma ordem global que por consequência irão legitimar a construção de equipamentos turístico-imobiliários que por meio das estratégias de persuasão do marketing irão se apoiar nestes discursos que direcionam de uma forma geral olhar do turista, auxiliando no processo de venda. Com isso, diante da sofisticação do consumidor e de seus atos de consumo percebe-se que o turista hedonista busca uma “*atmosfera de liberdade e aventura, magia e fantasia, risco e medo*” (PAIXÃO, 2008), quer mais do que contemplar a paisagem, almeja fazer parte da mesma, de certo modo, o que o viajante deseja é vivenciar sensações e por fim somar em sua bagagem de vida experiências únicas e místicas.

### **3.2 O porto e o belo: a experiência turística**

Como mencionado, o fazer turístico pós-moderno é uma tendência que mascara as próprias estruturas rígidas e homogêneas que se apresentavam no turismo moderno. Partindo deste panorama, e entendendo-o enquanto uma fachada atrativa ao público disposto a viajar – e a se diferenciar –, emerge, como slogan, um novo conceito no campo turístico, pautando-se nas formulações da Economia da Experiência, que priorizam atividades que busquem a sensibilização dos turistas por meio da oferta de produtos e equipamentos turísticos que viabilizem a vivência de acontecimentos únicos. Portanto, considerando o que foi apresentado anteriormente a partir da compreensão do escapismo como fundamento do turismo moderno e a experiência sendo o lema da pós-modernidade, além da suposição de uma interação entre estas modalidades, o que se pretende questionar neste momento, é de que

forma a dimensão que envolve a fuga do cotidiano se apresenta frente a uma possível uma ressignificação da atividade turística por meio da valorização das sensações.

A priori, torna-se necessário diferenciar os termos que envolvem esta temática. Isto porque há uma tendência de se atribuir o Turismo de Experiência como equivalente à ideia de uma experiência turística. Na verdade, segundo Pezzi e Vianna (2015, p. 170) o Turismo de Experiência refere-se a um termo que é mercadologicamente utilizado para descrever um modelo de adequação dos produtos turísticos, que buscam possibilitar a inserção participativa do turista no destino, definindo-o como protagonista de sua própria viagem. Este conceito se apoia nos resultados obtidos nos estudos da Organização Mundial do Turismo (OMT), os quais definiam que o turista contemporâneo almeja *“viajar para destinos onde mais do que visitar e contemplar fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem”*. Nesse sentido, o termo está associado às orientações para o planejamento estratégico das cidades turísticas visando o fomento do setor. No Brasil, esta prática nasce, em 2006, a partir da parceria entre SEBRAE, Instituto Marca Brasil (IMB) e o Ministério do Turismo, culminando com o lançamento do Projeto Economia da Experiência (PEE), este que inicialmente tinha como piloto a Região da Uva e do Vinho<sup>52</sup>, no Rio Grande do Sul, tendo como intuito a inovação dos atrativos, a fim de alcançar os objetivos determinados pelo IMB (2010, p.23), que dentre eles destacam-se: ofertar aos turistas acontecimentos exclusivos e eternamente memoráveis a partir de emoções vivenciadas; e buscar a satisfação do turista por meio de elementos intangíveis, como o encantamento e a magia. De modo geral, o projeto representa uma cartilha com sugestões de medidas e ações a serem implantadas pela cadeia produtiva do turismo visando apresentar produtos diferenciados. Destaca-se que aplicação do projeto se estendeu para outros destinos como, por exemplo: Petrópolis (RJ), Costa do Descobrimento (BA), Belém (PA) e Bonito (MS).

O segundo termo, a experiência turística, parte de uma concepção antropológica, isto porque se examina o olhar do indivíduo mediante a interrupção de seu comportamento rotinizado e repetitivo. Para isso, a experiência no turismo deve causar algum estranhamento

---

<sup>52</sup> Região Uva e Vinho, situada na Serra Gaúcha (RS), que oferece aos turistas a oportunidade de conhecer de perto todo o processo produtivo do vinho, e ao fim, é possível degustá-lo em meio a paisagens bucólicas. As vinícolas da região são famosas por ofertar experiências únicas aos seus visitantes, como por exemplo, realizar, sobre edredons, refeições em meio aos vinhedos.

que faça com que o sujeito se reconecte ao passado e ressignifique suas lembranças, reintegrando as experiências vividas na viagem em seu cotidiano. (TURNER, 1986 apud PEZZI e VIANNA, 2015, p. 167). Na tentativa de melhor exemplificar estas sutis diferenças que compreendem estes termos, aproxima-se a discussão do estudo de caso da presente pesquisa, dado que o Portobello Resort & Safári representa o empreendimento que se adequou a esta tendência de mercado do *Turismo da Experiência*, ao promover para seu hóspede e/ou residente atividades, produtos e serviços singulares, e com isto ele possibilita a realização da *experiência turística* por parte do indivíduo ao consumir estes elementos que são avessos a sua realidade diária.

Para o melhor entendimento dos elementos que sustentam a realização da experiência turística, tomou-se como base o estudo realizado por Pezzi e Vianna (2015), que por meio de pesquisa qualitativa conseguiram determinar, o que os autores entenderam como as “*Dimensões do Constructo da Experiência*”. Para isso, foram aplicados questionários a turistas oriundos da Grande São Paulo que haviam estado, entre os anos de 2010 e 2011, em Gramado (RS). O intuito era captar segundo a percepção do visitante as categorias de maior importância que proporcionaram uma viagem memorável. Destaca-se que as médias obtidas para esta classificação partiam dos seguintes itens de mensuração: Entretenimento, Educação, Escapismo, Estética e Memória<sup>53</sup>. Segundo os resultados, a pesquisa revelou que as dimensões apontadas pelos turistas como fundamentais para a realização de uma experiência turística inesquecível compreendiam o Entretenimento e a Estética, estes que foram mais bem colocados, estando acima até mesmo do Escapismo<sup>54</sup>. Em um primeiro momento, se as previsões estivessem amparadas apenas nas concepções que envolvem o turismo modernista, poderia se presumir erroneamente que o elemento Escapismo fosse o de maior importância, tendo em vista a saturação do cidadão metropolitano, em especial de uma cidade caótica como a de São Paulo. A liberdade de teorizar com base em uma pesquisa alheia, mesmo reconhecendo os perigos de uma generalização, se justifica pelo fato de se acreditar que o

---

<sup>53</sup> Segundo a metodologia dos referidos autores as quatro primeiras foram extraídas a partir das dimensões da experiência de Pine II e Gilmore (1999), e a quinta refere-se a proposta de possíveis consequências descritas por Oh, Fiore e Jeoung (2007).

<sup>54</sup> Os autores concluíram que: “Ao observar as médias, pode-se inferir que a importância das dimensões para os turistas, da maior para a menor, foram: Estética, Memória, Entretenimento, Educação e Escapismo” (PEZZI e VIANNA, 2015, p. 175).

perfil do turista investigado, que visita um espaço cearizado como o de Gramado, não se distancia muito do perfil do visitante que se revelou neste trabalho, e, por conseguinte, não apresenta intencionalidades tão distintas. De modo similar, os dois revelam-se como indivíduos de áreas metropolitanas em busca de espaços divergentes ao do cotidiano. Logo, diante dos prognósticos apresentados, surgiram inquietações, que serão trabalhadas adiante a fim de responder os seguintes questionamentos: *Será que o desejo pelo escapismo foi mesmo posto à margem? Serão a estética e o entretenimento as novas dimensões para a experiência turística?*

Antes, cabe salientar alguns pontos que abrangem esta discussão. No intento de se encontrar as respostas é necessário, em primeiro lugar, que se atente ao tipo de público que opta por viagens que valorizem as experiências. Segundo dados do SEBRAE essa forma de viagem envolve pessoas de poder aquisitivo mais elevado, justamente porque o consumo de experiências se revela por meio serviços e produtos que apresentam valores de 10% a 50% acima do que os tradicionais, demandando maiores investimentos. Ainda sobre o tema, o Ministério do Turismo, aponta que este consumidor tem em média 35 a 50 anos, e pertence às classes A ou B, além disso, acrescenta-se que o mesmo tem o costume de realizar viagens, e segundo a pesquisa havia viajado para fora do estado em que reside nos últimos seis meses. Investigar o retrato desta prática só reforça como o turismo pode representar um artifício para a distinção nos grupos sociais, sendo o consumo de experiências nas viagens, na verdade um grande privilégio.

Buscando exemplificar o que permitiria o exercício de uma experiência turística, identificaram-se roteiros que propõem viagens para além do habitual. A Folha de São Paulo salientou em uma matéria que tratava da adoção do turismo da experiência por parte das agências, a formulação de novos pacotes como: *“observação de ursos polares no norte do Canadá, de gorilas em Ruanda, expedições ao Nepal, e ao Monte Elbrus, vulcão russo destino de escaladores [...], aventura na selva da Tailândia, gastronomia no Peru, caminhada na Islândia”*<sup>55</sup>. A Revista Exame também dedicou uma publicação sobre o assunto e elencou roteiros como: *“Degustar o bom Vinho do Porto em um cruzeiro pelo Rio Douro,*

---

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2015/04/1619576-roteiros-vendem-turismo-de-experiencia-com-atividades-tipicas.shtml>. Acesso em: 03/06/2018.

*em Portugal. Fazer turismo de natureza e aventura na Chapada dos Guimarães, em Goiás. Acompanhar uma colheita de açaí em Belém, do Pará. Percorrer os caminhos místicos das ruínas de Macchu Picchu, no Peru. Jantar o cardápio da família imperial brasileira em Petrópolis, no Rio de Janeiro*<sup>56</sup>. Destarte, o signo da experiência nasce não na vivência *sui generis*, mas sim a partir dos princípios flexíveis que acabam por reestruturar o mercado turístico.

Num mundo onde as viagens se multiplicaram, e a redução das distâncias é um facto, parece haver uma certa contradição na multiplicação destes parques temáticos. No passado, visitar a Amazônia, o oeste americano, as Caraíbas dos piratas, a África, ou os desertos, tratava-se de uma experiência reservada aos aventureiros (que podiam dispor de tempo e dinheiro para isso). Hoje quer-se ter o mundo ao pé de casa, saltar da selva para o deserto, deste para os oceanos, de preferência dentro do centro comercial onde se fazem as compras. (CAMPÊLO, 2000, p. 210)

A experiência nada mais é do que uma sensação e como qualquer outra é dotada de subjetividade. No caso da atividade turística há um aliado que são as indicações e sugestões, que variam entre os viajantes de acordo a tipologia de viagem realizada, sendo relativizada por diversos condicionantes. Acaba que por meio de relatos as viagens ganham um símbolo de autenticidade que é irreal. Afinal, o que há de tão inédito e original em um *Authentic Safari Experience* realizado pelo Kruger Park na África do Sul, se o mesmo atrai anualmente milhares de turistas. É inegável que há uma seletividade de público, abrangendo aqueles que detêm de condições de consumi-lo, porém isto não anula a frequência na reprodução da atividade, o que não a torna única. Salienta-se que reafirmar a ideia de uma vivência exclusiva permite que não haja o “esgotamento” de um destino, diferentemente da sensação que se tem ao visitar todos os pontos e atrativos turísticos, e é em função do seu grau de peculiaridade que é possível sustentar o discurso de que as experiências serão diferenciadas a cada vez que foram vividas, fazendo com que o visitante retorne e realize as mesmas práticas.

---

<sup>56</sup> Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/turismo-de-experiencia-a-nova-forma-de-viajar-shtml/>. Acesso em: 03/06/2018.



Outra questão importante para esta discussão parte do pressuposto de que a realização da experiência turística somente se consolida a partir do estranhamento do indivíduo com o local visitado. É neste contexto que o processo identificado por Urry (2001) como “*exotização dos lugares*” ganha protagonismo na atividade turística. Para o referido autor este processo se constrói a partir dos distanciamentos tanto geográficos como culturais. Posto isso, começa-se a compreender a tendência de atribuir como papel central na construção da experiência as dimensões de estética e entretenimento. A estética com todo seu componente visual e o entretenimento com sua vocação para distração permite que o sujeito se aparte da rotina, adentrando em autênticos paraísos primitivos artificializados. Artificiais, pois indicam o reducionismo associado a representação de imagens deturpadas de uma localidade, produzidas como lugares turísticos, com todos os processos de turistificação correspondentes. É importante enfatizar que a ideia do exótico e do primitivo reforçam estereótipos e acabam por despertar o interesse de uma massa ávida por sensações ímpares em cenários que possibilitem uma percepção do extraordinário. Reforça-se que o processo de exotização está vinculado aos moldes de alteridade, ratificando a preponderância de civilizações sobre outras. Sobre o assunto, Santana salienta a relevância do elemento humano para compor o que a autora entende como “paisagem natural intocada”, sendo atrativo ao mercado turístico.

Então, porque não dizer que o homem nativo, a comunidade local com sua cultura, costumes e tradições regionais também não seriam objetos atrativos para a prática ecoturística? Não é todo dia que o homem urbano pode estar próximo de um caiçara, um índio, um ribeirinho, um seringueiro, um peão boiadeiro, uma rendeira, um jangadeiro, um caçador de caranguejo e tantos outros no Brasil, um balinês, um tibetano, um quichua, inca, andino, no mundo. (SANTANA, 2008, p. 18-19)

Além disso, a exotização se revela mais evidente na vida selvagem. Não por coincidência, é possível identificar esta filosofia de experiência na maioria dos casos atrelada a visitação e aproximação com a natureza e animais exóticos. Além disso, segundo dados da OMT o turismo de vida selvagem trata-se de um grande negócio, atualmente representa entre 20% a 40% do valor anual da indústria turística global, o que equivale a US\$ 1,5 trilhão. Para pensar em uma interpretação desta conjuntura em esfera transnacional se apoiou em concepções da teoria pós-colonial, que entende que há por meio do turismo, sobretudo a partir

da valorização da viagem exótica, relações de poder que corroboram para perpetuação de sistema hegemônico que recria os aspectos coloniais. É sob esta ótica que os destinos orientais, africanos e latinos representam atualmente o fascínio do turista eurocêntrico. E a relação para com o Brasil não é diferente, assim como frisa Ouriques (2005, p. 141):

A ideologia do turismo, ao reservar à periferia em geral e ao Brasil em particular a função de servirem de “colônia de férias” dos habitantes dos países centrais, acaba reforçando a máxima da disponibilidade colonial: de que existimos para satisfazer as necessidades metropolitanas, agora como “museus vivos”, serviços, paisagens maravilhosas e fontes de prazer sexual. É por isso que o turismo é uma forma de fetichismo e de dependência.

Face aos elementos expostos que conduzem a realização da experiência turística, identificou os resorts como símbolos deste movimento, isto porque são espaços que ultrapassam a finalidade hoteleira, apresentando-se como verdadeiros complexos de lazer e entretenimento, com uma ampla oferta de produtos e serviços. Analisar a experiência turística a partir deste típico equipamento turístico permite compreender a valorização do lúdico como elemento possibilitador de novas vivências. Em contraponto, Barbosa (2005) alerta para a deficiência desta experiência turística tendo em vista o grau de isolamento destes empreendimentos.

Estas contradições têm reflexos diretos na concepção e desenvolvimento dos resorts. Muitos deles negam sua conotação turística e tentam assumir-se apenas como equipamentos de lazer autossuficientes. Os all-inclusive resorts são o exemplo maior, onde todos os gastos do hóspede já estão incluídos no preço da diária ou do pacote turístico. São meios de hospedagem nos quais o turista é estimulado a permanecer toda a estada dentro do empreendimento, sem precisar sair para comer ou se divertir. Um paradoxo, visto que desta forma se distanciam de um valor importante e certamente o menos privilegiado nas experiências de lazer – o desenvolvimento pessoal e social das pessoas, que o turismo de maneira particular pode proporcionar. Os resorts ao afastarem seus hóspedes do mundo exterior acabam subtraindo-lhes a riqueza da experiência turística marcada no conhecimento e

intercâmbio com novos lugares, novas pessoas e diferentes culturas.  
(BARBOSA, 2005, p. 104)

Mesmo tendo ciência das limitações que o ambiente dos resorts indica para a realização de experiências e compreendendo que de fato são as trocas permeadas pelas relações sociais e os choques culturais que são extremamente enriquecedoras, ainda assim se observa a prevalência deste segmento hoteleiro neste cenário. Isto porque, a opção do turista por lugares excêntricos indica a inclinação pela aventura, porém sem os riscos que envolvem esta prática. Por isso, no que tange o consumo de experiências nota-se a preferência por estes empreendimentos que prezam pela seguridade mediante ao resguardo, com a reprodução na sua infraestrutura das comodidades das cidades, além da certeza da estandarização, sabendo que independentemente do local visitado, há a garantia de uma padronização mesmo sabendo que os contextos do entorno de cada equipamento sejam totalmente diferentes.

A luz disto, Santana (2008, p. 20) ao propor um debate sobre o ecoturismo destaca que os resorts são uma tendência no mercado turístico ecológico, no entanto *“não é apenas para aventureiros dispostos a enfrentar tudo, é justamente para quem não teria esta coragem de sair de sua casa e assim se produz a ‘bolha ambiental’ como construção receptiva”*. Ainda sobre o tema Barros & Ribeiro (1994, p. 25) afirmam que estes equipamentos turísticos se caracterizam como verdadeiros *“templos autocontidos do lazer e do privilégio, bunkers que se constroem sobre a fantasia da busca da autenticidade, da sedução hedonista do prazer do consumo fácil, protegido e serviçal”*. Como visto, esta tem sido a tônica do turismo de luxo, principalmente no Brasil, dentre as inúmeras ofertas deste segmento destacam-se oportunidades exclusivas que valorizam a experiência como o Cristalino Lodge<sup>57</sup>, resort que se intitula como “Santuário Amazônico”, inaugurado em 1992, está localizado na Reserva Particular do Patrimônio Natural do Cristalino (RPPN) em Alta Floresta, no Mato Grosso, que propõe ao hóspede uma “experiência da floresta” por meio de resgates naturalistas,

---

<sup>57</sup> Em consulta ao site da operadora Boreal Turismo, empresa especializada em destinos voltados para o meio ambiente, foi possível encontrar oferta de pacote de 4 noites de hospedagem no Cristalino Lodge com pensão completa (3 refeições por dia), com atividades de exploração diárias acompanhadas por guia local com equipamentos, barcos e canoas, direito a acessar à Reserva Natural do Cristalino. Os preços por pessoa variam de R\$ 5.285 a R\$ 9.980, de acordo com o tipo de acomodação, podendo ser apartamento standart ou bangalô. Disponível em: <http://borealturismo.com.br/index.php/boreal-nacional/norte/amazonia/amazonia-cristalino-lodge/>. Acesso em: 05/07/2018.

oferecendo passeios por trilhas, canoagem pelo rio Cristalino, e permite a contemplação da fauna e flora com uma torre de observação em meio à copa das árvores.

Na verdade o que se nota com estas práticas é a consolidação de um ecoempreendedorismo, movimento em que a lógica da sustentabilidade enquanto discurso revela-se como oportunidade para empreender, portanto as ações de desenvolvimento sustentável no turismo mais do que uma conduta ética, é acima de tudo lucrativa. No caso do empreendimento citado, este que exemplifica uma miríade destes distribuídos em território nacional, os turistas são orientados para a preservação ambiental por meio de trabalhos de sensibilização, nos quais os hóspedes são convidados a fazer parte da racionalização tanto de energia elétrica, como também do uso de roupas de cama e banho nas acomodações, isto porque, a filosofia adotada por este eco resort visa que durante o período da estadia haja também um tempo destinada a conscientização ambiental. Sem entrar no mérito dos impactos destes típicos hotéis e os conflitos que emergem nestes espaços que deveriam ser preservados, como o da Floresta Amazônica, a questão que surge é como a educação ambiental, enquanto experiência turística, sobretudo o processo formativo de um indivíduo ecologicamente correto se apresenta como prerrogativa da classe abastada, sendo um artigo de luxo.



Figura 20. Material propagandístico do Resort Cristalino Lodge.  
Fonte: Site do Blog A Cruising Couple.<sup>58</sup>

Outra vertente explorada pelo mercado hoteleiro ecológico são as regiões balneárias. Grandes grupos se instalam na zona costeira, em especial de áreas afastadas dos grandes centros e constroem verdadeiros complexos de lazer, se apropriando da praia, transformando-a em mais um produto do empreendimento. Deste modo, a orla passa a ser coadjuvante em todo este cenário produzido pelos típicos ecos resorts, e a sua valorização reside no grau de exclusividade, dado que uma praia remota é símbolo de uma praia exótica, redefinindo até mesmo a ideia do paradisíaco. Para ilustrar, cita-se o Vila Galé Eco Resort<sup>59</sup>, pertencente a um dos principais grupos hoteleiros portugueses, localizado no município de Angra dos Reis na Região da Costa Verde. Entre a Mata Atlântica e a praia, o resort vangloria-se das certificações que o classificam com melhor desempenho ambiental e sustentável. Proporciona

---

<sup>58</sup> Disponível em: <https://acruisingcouple.com/2014/09/cristalino-lodge-review-eco-luxury-amazon/>. Acesso em: 05/07/2018.

<sup>59</sup> Em consulta preliminar a plataformas de reserva online, foi possível encontrar valores para 4 diárias para casal, durante período de baixa temporada (agosto, 2018), com all-inclusive, que variam de R\$ 3.350,16 a R\$ 6.030,29 de acordo com o tipo de acomodação.

a seus hóspedes um maior contato com a natureza e diferentemente do eco resort apresentado anteriormente, afasta-se da imagem e das experiências em uma natureza primitiva e selvagem e se aproxima de uma natureza restrita. Diante disso, o que se percebe, de modo mais evidente, nestes espaços de regiões litorâneas é a privatização das praias, por meio do cercamento da faixa de areia pelos empreendimentos que estrategicamente se instalam logo a sua frente. Com isso, é possível confirmar que o sentido ecológico se legitima a partir da privação do uso do bem comum. Se preservar é o caminho para se alcançar a sustentabilidade, um resort ao estabelecer praias privadas está cumprindo seu papel de responsabilidade ambiental, isto porque privatizar torna-se o caminho para a preservação. É importante salientar que, no exemplo do Cristalino Lodge os movimentos de privatização e mercadificação da natureza também ocorrem, no entanto ele é encoberto pelo desejo do turista de imersão e vivência na Floresta Amazônica, dando um sentido de maior “autenticidade” a esta experiência turística, mesmo sabendo que toda a esfera do luxo ofertada muito se distancia de uma real vivência na selva. No caso do resort de Angra dos Reis, assim como os que se localizam nas regiões litorâneas em geral não há essa preocupação em oferecer uma experiência autêntica, porém o que se busca é a possibilidade de ter o espaço natural como unicamente do indivíduo, a experiência turística se consolida a partir da individualidade. Portanto, o que se pretendeu apresentar é como há diferentes formas de um resort oferecer uma vivência única ao seu hóspede, porém todas permeadas pelo sentido da realização do lazer através da apropriação da natureza seja ela em espaços tangíveis ou mediante a reprodução dos não tangíveis.



Figura 21. Vila Galé Eco Resort de Angra dos Reis.  
Fonte: Site da rede hoteleira Vila Galé.<sup>60</sup>

Segundo a visão otimista de Beni (2004) a economia da experiência tem se expandido cada vez mais neste cenário, representando o que para o autor se trata da revolução no mercado turístico, justamente por proporcionar uma ruptura com as formas tradicionais de turismo ao privilegiar a customização de produtos e serviços em oposição as viagens padronizadas. Contudo, considerando tudo que foi discutido até o presente momento, não se encara as transformações pertinentes a atividade turística como uma ruptura, ela condiz muito mais para um entrelaçamento do que um completo cessar. Sendo assim, atribuir às novas ofertas de mercado como uma revolução é um tanto que demasiado. Entende-se que houve na verdade uma reestruturação como necessidade da manutenção da acumulação, portanto, em função deste movimento, os discursos que sustentam a fruição do lazer precisaram ser redefinidos com o intento do consumidor se tornar um colecionador incessante de experiências. Diante disso, é possível concluir que não há uma tendência de marginalização do escapismo e sim uma reorientação na busca pelo anticotidiano, agora assentado nos elementos que norteiam a pós-modernidade. Logo, atesta-se que o escape está na estética

---

<sup>60</sup> Disponível em: <https://www.vilagale.com/br/hoteis/rio-de-janeiro/vila-gale-eco-resort-de-angra>. Acesso em: 05/07/2018.

avessa. O entretenimento é a própria fuga da rotina. E o distanciamento se realiza com a aproximação do exótico.

Partindo deste ponto, é possível entender a experiência turística como testemunha da simbiose entre turismo moderno e o fazer turístico pós-moderno. Como descrito, os resorts são símbolos desta reestruturação, e no caso do equipamento turístico determinado como estudo de caso desta pesquisa, o seu próprio nome – Portobello – abre margem por si só para se pensar esta tendência, e será o prelúdio das discussões que serão postas adiante. O “porto” no sentido de um lugar seguro, protegido, reitera o desejo de evasão do cidadão metropolitano desgastado que almeja além de um tempo de revigoramento, o resguardo do contato com o outro e dos medos que permeiam a vida cotidiana, sendo assim, se constitui um espaço essencialmente elitista. Sobre o assunto, será apresentado o conceito de “não-lugares” que induz a reflexão desses espaços de alienação, por meio do “estranhamento” e do “não-pertencimento”. Já o “belo” no sentido estético, da valorização do visual, tanto das peculiaridades da paisagem, apropriadas pelo empreendimento, sendo atrativas ao mercado por proporcionar a maior aproximação com a natureza, como também ao que tange a formulação de uma paisagem divergente e artificial. Sendo assim, esta concepção introduzirá os debates que envolvem a produção de cenários turísticos aprazíveis e a construção de signos e símbolos que se sobreponham ao espaço concreto, herdado histórica e socialmente. Ou seja, é a possibilidade de constatar em um único equipamento turístico, inserido na realidade da Costa Verde, o conjunto desses aspectos associados à condição do indivíduo na contemporaneidade.

### **3.3 Cenarização Turística: O simulacro de Safári na Costa Verde**

Compreender a turistificação a partir do seu viés espacial, averiguando os reflexos diante do ordenamento do território, determinando áreas de lazer adequadas para satisfazer a prática turística, representa um dos caminhos de análise do universo do consumo turístico. Porém, ao direcionar a discussão para uma abordagem do próprio espaço do turismo, novas discussões emergem, em especial quando se trata de territórios resortificados. Diante disso,



cabe salientar as e expressões simbólicas destes equipamentos turísticos para uma compreensão para além do aspecto material.

Pensando nos discursos que sustentam a propagação de ilusões e fantasias desses empreendimentos, vários seriam os elementos passíveis de citação, como é o caso em específico dos parques temáticos com toda infraestrutura lúdica atrativa aos consumidores de experiências. Contudo, para fins desta pesquisa, elencou-se como produto de investigação a mercadificação da natureza, que diante da apropriação turística, passa por um processo de abstração conduzindo a suas formas de artificialização e mistificação consolidando a estruturação desses territórios do turismo.

Para iniciar esta questão é preciso aclarar a redefinição da relação da sociedade e a natureza, atribuindo as áreas verdes potenciais de reestruturação do sujeito e símbolo de qualidade de vida. Acredita-se que esta mudança na ótica da sociedade foi conjecturada a partir da onda de sensibilização ecológica e ganhou novos contornos diante da especulação turístico-imobiliária, esta que tinha como intuito proporcionar espaços de resgate da relação harmônica rompida diante da racionalização capitalista dos recursos naturais. Assim, a ideologia verde – produzida – remete a necessidade de o homem estar próximo de “espaços naturais”, podendo ter nesse lugar de isolamento, revigoramento e contemplação, uma vida supostamente melhor. A concepção de bem estar agora passa a ser associada à forma e o lugar de moradia e lazer, e a possibilidade de consumir a natureza nesse tempo-espaço da vida cotidiana atribui marca distintiva e prestígio social na sociedade pós-moderna. Sendo assim, o cenário econômico turístico-imobiliário encontra na natureza meio de incorporar e a transformar em mercadoria.

Para isso, a priori, cabe esclarecer como se alicerça este processo de mercadificação da natureza. A propagação da ética ambiental repercutiu em debates acerca da crise dos recursos naturais e na busca por ambientes ausentes nos adensamentos urbanos, estes elementos acabaram por atribuir a “natureza pura” condição de raridade, portanto sendo passível de ser valorizada. Assim, estas “novas raridades” naturais tornam-se estratégias de mercado, isto porque *“quanto mais raro um bem, e mais demandado for, maior será seu valor de troca, assim mais diferenciada será a apropriação deste bem”* (SANTANA, 1999, p. 180). Além

disso, a transvalorização de um bem – comum – diante da sua escassez confere um potencial de apropriação sob o fundamento da preservação, inserindo-o na dinâmica da propriedade privada. É sob esta concepção que Arlete Moysés Rodrigues (2011), ao apresentar suas reflexões a respeito das matrizes discursivas que sustentam o conceito de desenvolvimento sustentável, salienta a contradição, dado que, se a natureza é um bem de todos como a mesma pode ser trunfo legitimando a apropriação? Diante disso, o movimento de “volta à natureza”, insere-se nas próprias alienações da vida cotidiana, em especial quando se torna produto do mercado turístico-imobiliário. Logo, é possível concluir que antes mesmo de proporcionar uma aproximação de uma “paisagem natural e intocada” o que se observa é a venda de uma mercadoria verde, ao criar novas necessidades com forte apelo ecológico. Desta maneira identifica-se o papel ideológico difundido por estes segmentos, na idealização de uma natureza romântica e primitiva.

Porém, é importante destacar que o retorno ao paraíso projetado no imaginário dos indivíduos, diante das ações de *marketing* que tem papel fundamental neste processo, ao inculcar o desejo de que o espaço de lazer e o de moradia tem que ser cada vez mais avesso ao cotidiano do trabalho, pode apresentar alguns transtornos. Isto porque nesse caminho de busca pela paisagem natural, o sujeito pode deparar-se com espaços deteriorados, seja pela ação da intensa especulação imobiliária, ou então superlotado pelas intensas atividades do turismo massificado, especialmente, em períodos de alta temporada. Sendo assim, o que seria um momento de descanso em meio à natureza, poderia reproduzir os infortúnios das cidades. Sob esta alegação que Diegues (1994) destaca como na verdade a “paisagem natural intocada” e selvagem é um mito gestado em meio urbano, promovendo a evasão para lugares destinados a realização do lazer.

A noção de mito naturalista, da natureza intocada, do mundo selvagem diz respeito a uma representação simbólica pela qual existiriam áreas naturais intocadas e intocáveis pelo homem, apresentando componentes de um estado “puro” até anterior ao aparecimento do homem. Esse mito supõe a incompatibilidade entre as ações de quaisquer grupos humanos e a conservação da natureza. O homem seria, desse modo, um destruidor do mundo natural e, portanto, deveria ser mantido separado das áreas naturais que necessitariam de uma “proteção natural” (DIEGUES, 1994, p. 45).

Como discutido anteriormente o turismo tem a função de encobrir todas as amarras do consumo do tempo livre, nesse sentido, *como trazer a ilusão de total imersão em uma “paisagem natural e intocada”*? A resposta pode ser encontrada no interior de equipamentos turísticos que reproduzem espaços que satisfaçam a idealização deste mundo selvagem. É preciso frisar que não se trata de negar a existência de espaços paradisíacos, mas sim de alertar sobre mistificação de uma natureza prístina sem a presença do homem. Para estes espaços que ainda resistem com suas paisagens exuberantes outras discussões pertinentes, como a privatização da natureza, apropriações para o mercado turístico e os reflexos socioambientais decorrentes destes processos merecem aprofundamento. No entanto, ao tratar da realidade de Mangaratiba, é pensar utopicamente em uma possível natureza intocada na borda de cidades metropolitanas. Sendo assim, desconstruir esta falácia é aproximar o debate para a construção de espaços cenarizados.

Sabendo que Mangaratiba, como categorizado nesta pesquisa, representa o distrito de amenidades da metrópole e apresenta uma tessitura urbana de articulação com a capital consolidada, é preciso apontar as consequências desta integração. Em virtude da proximidade com a região metropolitana, percebe-se um aumento considerável nos fluxos de pessoas em datas específicas, sem infraestrutura satisfatória para atender esta demanda e, além disso, tem em seu entorno forte atividade industrial-portuária que reflete diretamente nas condições de uso das praias. *Então como o mercado turístico oferta a “volta à natureza”, sobretudo esta baseada em paisagens intocadas, se os símbolos da metrópole estão espalhados por toda parte?* É diante deste contexto que se acredita efetivar o processo de cenarização turística no município de Mangaratiba.

Esta tem sido a tônica do turismo mundial, tanto na formulação de cenários, como também a definição de temas, consolidando o que se entende como tematização turística. De um modo geral, os dois processos envolvem a construção de imagens para o consumo turístico, sem responsabilidade com a autenticidade. Ressalva-se que a tematização, segundo Fagerlande (2016, p. 337), compreende a criação de temas específicos que tem como *“elementos importantes tanto os hábitos culturais quanto a arquitetura”*, aproximando do conceito de *“autenticidade encenada”* formulado por MacCannell (1999) que o define como uso de elementos tradicionais de uma cultura de maneira adequada ao consumo turístico. No

caso do empreendimento estudado em questão não é possível identificar este processo de construção temática justamente por não haver resgate cultural, pelo contrário, o movimento que se observa é de negação da própria realidade que o circunda.

Diante das contribuições de Silva (2003) a respeito da cenarização turística, constatou-se que a autora atribui a este processo a construção de uma arquitetura cenográfica que viabiliza o turista adentrar em um universo de fantasia, fazendo-o distanciar por meio das diferenças constatadas no interior da localidade visitada. Sendo assim, pode-se inferir que o Portobello Resort trata-se de um espaço cenarizado. É importante destacar que mediante consulta a material bibliográfico a respeito do tema, percebeu-se que tanto para a citada autora, como para outros autores que se apoiam no assunto, há sempre uma vinculação da cenarização com cidades históricas, ou cidades que foram colonizadas ou que receberam um pequeno núcleo de imigrantes, e atualmente usam das tradições culturais remanescentes como resquícios desta imigração, portanto, é comum verificar a ideia de espaços cenarizados atrelada a cidades como, por exemplo: Penedo (RJ), Gramado (RS), Holambra (SP), Blumenau (SC). Isto porque, tanto a tematização como a cenarização tem forte apelo visual, sobretudo de elementos arquitetônicos que evidenciam esta reprodução das imagens, por meio de uma padronização estética, que não necessariamente esteja datada com o período histórico, mas que, no entanto, atende uma lógica de fachadismo.

Deste modo, o que pretende trazer a discussão nesta pesquisa é a possibilidade de um empreendimento turístico também representar um espaço cenarizado. Diante do levantamento bibliográfico, foi quase nula a existência de estudos que atrelem a cenarização em resorts. Porém, apoiando-se no estudo de Maria da Glória Lanci da Silva (2003) – mencionada anteriormente – que discute os cenários do lazer em Paraty (RJ), Ramos (2009, p. 34) pode identificar uma série de objetivos que compreendem este processo, a saber: reforçar a cisão entre o lugar de trabalho e o lugar de lazer; apropriar-se das qualidades ambientais e paisagísticas naturais; corresponder às imagens veiculadas pelos meios de comunicação; adequar-se aos planos e projetos oficiais e ao discurso quanto à melhoria da qualidade de vida urbana; e procurar uma identidade visual na homogeneização de fachadas e estilos arquitetônicos que possa ser reconhecida pelo turista.

Nesse sentido é preciso apresentar a hipótese de que a cenarização turística se revela no espaço do Portobello, não apenas por meio da sua arquitetura inspirada nos bangalôs polinésios, mas usando da Costa Verde como pano de fundo, para a construção do cenário que se planejou estabelecer, ou seja, o processo da cenarização partiu do uso de elementos da paisagem nativa como parte integrante do espetáculo turístico colocando elementos díspares. Nessa perspectiva, cita-se o safári do litoral sul carioca.

Essa produção cênica é ainda mais valorizada quando associada a determinadas paisagens naturais e situações geográficas peculiares – a figura do chalé de madeira no alto da montanha ou da casa rústica coberta com sapé em uma praia selvagem são imagens emblemáticas da adequação entre arquitetura e ambiente. (SILVA, 2003)



Figura 22. Lobby do Portobello Resort inspirado nos bangalôs da Polinésia.  
Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári.<sup>61</sup>

Em vista disso, é possível determinar que do ponto de vista imagético os produtos decorrentes da construção de temas e cenários são os condicionantes para o espetáculo turístico, justamente pela valorização de objetos descontextualizados e natureza mistificada. Contudo, ressalta-se que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação

<sup>61</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br/portobello/quem-somos/>. Acesso em: 11/07/2018.

*social entre pessoas, mediada por imagens*” (DEBORD, 2000, p.14). Desta forma, o espetáculo só reforça o contato efêmero e superficial que assola a sociedade contemporânea, e acaba que por meio das representações tenta maquiagem todo o falseamento por detrás destes processos. A simples visita de animais exóticos poderia ser facilmente atribuída como um passeio no zoológico, mas por meio das representações propostas pelo empreendimento, no uso de veículos de tração abertos facilitando a captura fotográfica, e permitindo que os “aspirantes caçadores” alimentem os animais, recria-se assim a esfera de um safári típico de savanas africanas. Ou seja, são as representações que dão um teor de veracidade a todas as imagens produzidas ou reelaboradas. Logo, são as representações que dão substância as imagens construídas nos cenários de lazer.

Num mundo onde as viagens se multiplicaram, e a redução das distâncias é um facto, parece haver uma certa contradição na multiplicação destes parques temáticos. No passado, visitar a Amazónia, o oeste americano, as Caraíbas dos piratas, a África, ou os desertos, tratava-se de uma experiência reservada aos aventureiros (que podiam dispor de tempo e dinheiro para isso). Hoje quer-se ter o mundo ao pé de casa, saltar da selva para o deserto, deste para os oceanos, de preferência dentro do Centro Comercial onde se fazem as compras. (CAMPÊLO, 2000, p. 210)





Figura 23. Passeio de Safári em veículo 4X4.

Fonte: Site do empreendimento Portobello Resort & Safári.<sup>62</sup>

Mediante a esta assertiva a respeito do poder das representações para consumo turístico, Carlos (1996, p. 176) sublinha que “*o espaço do turismo e do lazer são espaços visuais, presos ao mundo das imagens que impõem a redução e o simulacro*”. Apoiando-se nas formulações de Jean Baudrillard (1992) para aprofundar a investigação do cenário do Portobello Resort, foi possível compreender que a proposta do safári em meio a Costa Verde retrata um caso exemplar de um simulacro de lugar, por meio da simulação de algo que não existe. Santana (2008, p. 123) aponta que “*a experiência no real mostra uma ausência, que é encoberta com imagens reproduzidas permitindo a suposição de uma presença. Mas simular não é só fingir, quem simula produz todas as condições necessárias para a realização de algo originalmente ausente*”. É importante destacar que mesmo o espaço cenarizado seja reflexo de uma alienação, os consumidores sabem que o lugar visitado trata-se de uma simulação, e talvez, assim se explique este potencial de atração, tendo em vista que o olhar do turista está direcionado para as aparências e o faz-de-conta do mercado turístico, ratificando todas as proposições postas até aqui sobre a tendência do turismo sob a ótica da pós-modernidade, por meio da valorização do estético e o consumo das experiências, estas ganham sentido no

<sup>62</sup> Disponível em: <http://portobelloresort.com.br/portobello/quem-somos/>. Acesso em: 11/07/2018.

turismo quando é possível se deparar com os simulacros que são erguidos como grandes centros de entretenimento.

A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer ilusório, onde o espaço se transforma em cenário, “espetáculo” para uma multidão amorfa através da criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão e, deste modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar. Aqui o sujeito se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação. (CARLOS, 2007, p. 64)



Figura 24. Animais típicos de regiões secas e desérticas colocadas em meio a Mata Atlântica.  
Fonte: Revista Pelo Mundo<sup>63</sup>

Justamente pela proposta dos resorts serem espaços destinados à diversão e o lazer, como aqui apresentados, como “bolhas de entretenimento”, que é possível perceber que há certo aval para a construção destes simulacros. Isto não anula a existência em outros lugares turísticos de representações mediadas por simulações, porém, constata-se que nestes

---

<sup>63</sup> Disponível em: <https://revistaviajar.com.br/site/2018/06/28/galeria-portobello-resort-safari/>. Acesso em: 13/07/2018.



empreendimentos elas acontecem deliberadamente, sendo reproduzidas em formas de atrações, shows, apresentações culturais, e também práticas ecoturísticas. Portanto, diante destes signos imagéticos sensações artificiais são provocadas, como por exemplo, de uma aventura, no entanto, sem riscos, ou como Barbosa (2005) convencionou intitular de “*aventura controlada*”, ou então, de uma imersão cultural estando à margem de toda possibilidade de troca com a comunidade local. Sendo assim, o resort seria o mundo perfeito que o turismo tenta encenar, levantando como bandeira o lúdico na tentativa de “*mascarar as contradições e embelezar as asperezas da vida*” (Pinto, 1998, p. 24).

Os resorts, com o propósito de equilibrar estas necessidades antagônicas do turista, aproveitam localidades paradisíacas, de singular atrativo natural para se instalarem em espaços artificiais totalmente desvinculados do entorno. Tentam com isto eliminar riscos percebidos pelo turista consumidor como, por exemplo, a pobreza local e o choque cultural, bem como oferecer-lhes ao mesmo tempo algo “naturalmente” pitoresco e exótico. (BARBOSA, 2005, p. 108)

A produção do espaço de lazer como aqui discutida já se revela como um processo de gênese classista e exclusiva. Então, ao atentar a análise deste espaço fragmentado por enclaves turístico-imobiliários, como o caso dos resorts, percebe-se como os limites e a ruptura com o universo externo acabam por ser reforçados. Nesta tentativa de recriar um mundo paralelo ao de Mangaratiba, o resort, apresenta contradições no seu espaço que não condizem com a realidade da vida cotidiana dos autóctones. Para isso, neste momento, cabe apresentar de que modo esses empreendimentos são símbolos deste turismo apartado do território no qual é fortalecida a alienação do turista com o local visitado.

### **3.4 Não-lugares do turismo: as contradições do espaço no resort**

Compreender o conceito de lugar, partindo da perspectiva de Yi-Fu Tuan (1983), é adotar um sentido de afetividade construído por meio das relações sociais que acabam por consubstanciar o espaço, criando laços e fortalecendo o espírito de pertencimento e identidade. Dito isso, ao deparar com os espaços turísticos, nota-se que na verdade caminha

em direção contrária a este entendimento, parte pela condição global que abarca o universo turístico, fazendo da localidade parte de um todo, levando assim ao enfraquecimento e deterioração da concepção territorial, que por consequência reflete nas relações sociais que permeiam o lugar, e também, cita-se, a fluidez desses espaços, ao concebê-lo como espaço de passagem, contribuindo para a apreensão superficial e efêmera dos lugares turísticos. Deste modo, repara-se como a atividade turística pode ser extremamente nociva no que tange a construção do lugar, por conduzir a produção descaracterizada do espaço.

Apoiando-se nesta percepção a respeito do turismo, e considerando todas as proposições percorridas nesta pesquisa, identifica-se que os todos os itens elencados, na verdade, não condicionam a produção do lugar turístico e sim, do não-lugar. A princípio, é primordial esclarecer o que concerne este conceito, pois apesar do seu prefixo indicar uma negação, o que se observa é mais uma particularidade diante do processo de reprodução espacial. Entende-se assim, que os não-lugares representam uma anomalia, dado que se trata de um movimento específico no qual se constitui a partir das contradições, estas que são exacerbadas, evidenciando o “fora do comum”. Justamente pelo seu caráter anômalo que não se pode considera-lo como antítese ou uma negativa, o não-lugar aponta muito mais para um desvio, uma exceção, estes que são responsáveis por aflorar o sentimento de estranhamento.

Partindo desta análise, cabe averiguar de que modo estas contradições são postas neste contexto a fim de revelar as deformidades que o lugar manifesta mediante ação da atividade turística. Sendo assim, a primeira deformidade a ser apontada parte da cenarização e da espetacularização do destino, que transfigura cidades em verdadeiros palcos atrativos a este setor no qual o espetáculo do consumo se materializa. Os reflexos para os moradores locais decorrem da dificuldade de identificação com o lugar da vida, estabelecendo um sentimento de não reconhecimento, que acaba por apartá-los deste centro receptor de visitantes, reduzindo-o por muitas vezes como espaços de trabalho, com isso, para os locais dificilmente haverá uma associação destes espaços como lugares destinados ao lazer. Isto leva a pensar a segunda deformidade, por justamente os destinos adotarem os ritmos estabelecidos pelo turismo, isto implica diretamente no cotidiano do autóctone, dado que o mesmo é constantemente “bombardeado” por conteúdos e signos que envolvem o encantamento do universo turístico e, em contrapartida, nas suas vivências rotineiras o indivíduo se depara com

o lugar avesso ao propagado e veiculado, isso conduz e projeta sentidos de estranhamento que acirram as contradições. Deste modo, nem o turista, ao visitar a cidade tem um contato fidedigno com a realidade, e muito menos o morador local sente-se representado e encontra paridade com o que é apresentado aos consumidores. São estes alicerces que induzem o distanciamento – ou esvaziamento – dos conteúdos históricos e sociais que são fundamentais para os referenciais da vida.

Diante das deformidades citadas, é plausível concluir que dificilmente um espaço apropriado pelo mercado turístico consiga resistir ainda como espaço de troca e de vivências autênticas e, sobretudo, de identificação. Não se trata de associar e determinar todo lugar turístico como essencialmente um não-lugar, mas, de acordo com estes processos que induzem a abstração, não é um equívoco apontar para os perigos desta tendência. Nesse sentido o que se vê emergir são mercadorias para o desenvolvimento predatório do turismo.

Na leitura de Marc Augé (1994, p. 83) “*se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional e nem como histórico, definirá um não-lugar*”, deste modo, para o referido autor exemplos claros são os espaços de passagem, sendo, as estradas, estações ferroviárias, aeroportos, lugares que mostram o triunfo da pós-modernidade diante das novas vivências impostas sobre a égide do individualismo. No tocante do turismo, Augé ainda destaca que o espaço do viajante é um típico arquétipo do não-lugar, considerando que o ato de viajar já se revela como uma prática de não relação, produzindo visões parciais e, por conseguinte deturpadas e fragmentadas, estabelecendo relações fictícias com o local visitado. Esta frivolidade das relações entre o visitante e o local visitado acaba por reverberar o esfacelamento dos conteúdos histórico e sociais do destino turístico, sobretudo impede a consolidação de uma identidade local.

É necessário, em um primeiro momento aclarar o entendimento do não-lugar ao aproximar a discussão para o turismo, isto porque, se reduzirmos a ideia do conceito partindo das sensações provenientes do estranhamento, poderia haver uma precipitada generalização desta ideia para toda a prática turística, tendo em vista que o ato de viajar e adentrar em uma nova cultura podem também despertar este sentimento, assim, cabe aqui apontar que o não-

lugar trata-se de um espaço híbrido, repleto de contrastes. Isto também implica esclarecer que mesmo que a pesquisa aponte para as amarras do lazer e as ilusões, fantasias e mitos inerentes à atividade turística, ainda assim, não é isto que define o não-lugar. Na verdade, os devaneios podem ser o seu conteúdo, porém o espaço é concreto, reflexo das contradições com o que circunda. São os verdadeiros “*espaços à margem*”, como Shields (1991) convencionou intitular, porque não estão sujeitos ao espaço preexistente, e não apresentam nenhuma relação com a realidade que os envolve.

A luz disto, pode-se pensar como os complexos hoteleiros são mais do que exemplos, são de fato produtores de não-lugares, com toda sua política de confinamento e as ofertas de comodidades, os resorts ratificam toda esta lógica do estranhamento e criam lugares descontextualizados com o universo externo. Ao tratar da sociologia do turismo Krippendorf (2000) apresenta o termo “*guetos turísticos*” que envolvem estes típicos empreendimentos que constroem espaços artificializados com intuito de satisfazer os desejos dos turistas propondo uma estadia destituída de encontros e diálogos com os habitantes do local, tornando-se assim um espaço homogêneo, sem densidade cultural e relacional dado que inviabiliza a fruição e o convívio para além do espaço físico. Sendo assim, pode-se mais uma vez desconstruir a ideia das experiências turísticas únicas e autênticas oferecidas por estes equipamentos de lazer. Se os resorts são produtores de não-lugares, obviamente os fatos e acontecimentos que se realizam neste espaço efêmero entram em ruína. Nesse sentido, Urry (2001) categoriza como “pseudo-acontecimentos”<sup>64</sup>, os eventos oferecidos nesta estrutura isolada onde atrações são (re)inventadas.

O confinamento territorial do turismo pode ser entendido como uma extensão contínua de interesses ambientais, equipamentos e serviços, microcosmos, no perímetro dos quais tem de se dar a vida turística – que alguns outros preferem chamar de bolha (YÁZIGI, 2003, p. 54).

Portanto pensar nas contradições desse não-lugar no espaço do município estudado é evidenciar uma venda de uma cidade diferente da realidade, não apenas no que tange aos simulacros produzidos pelos empreendimentos de lazer, isto porque, ao deparar-se com a

---

<sup>64</sup> Na verdade o termo pseudo-acontecimento [pseudo-event] foi cunhado por Boorstin no livro *The Image: A Guide to Pseudo-events in America* (1961).

paisagem da cidade ela se revela bem avessa do que é comercializada pelos empreendimentos turístico-imobiliários, com poucos turistas transitando pelas ruas, falta de infraestrutura turística, e também se observa o abandono por parte do poder público na ação de políticas urbanas na cidade. Assim os resorts e condomínios na região aproveitam-se e assumem caráter de refúgio ainda remanescente, dado ao posicionamento “preservacionista” que estes equipamentos adotam, e professam, garantindo-lhes o discurso de uma Mangaratiba paradisíaca, mesmo que a distância do empreendimento para o centro do distrito seja de alguns metros, separadas por portões e guaritas.



Figura 25. Quiosques na orla do distrito de Itacuruçá.  
Fonte: Raiza Diniz, 2017.



Figura 26. Centro de Informações ao Turista em Itacuruçá.  
Fonte: Raiza Diniz, 2017.



Figura 27. Paróquia Nossa Senhora da Guia.  
Fonte: Raiza Diniz, 2017.





Figura 28. Embarcações que realizam travessia para as ilhas.  
Fonte: Raiza Diniz, 2017.



Figura 29. Ocupação desordenada no município.  
Fonte: Raiza Diniz, 2017.

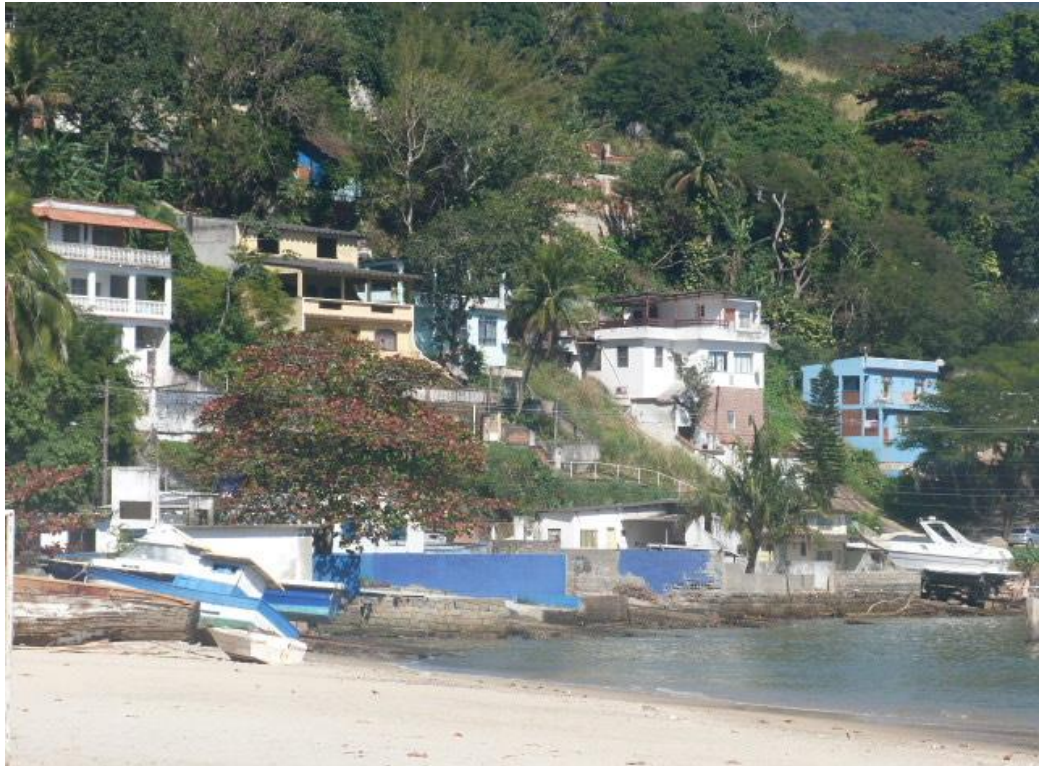


Figura 30. Praia do Saco  
Fonte: Raiza Diniz, 2017.



Figura 31. La Réserve, espaço exclusivo dentro do resort.  
Fonte: Site do empreendimento Club Méditerranée Rio das Pedras.<sup>65</sup>

<sup>65</sup> Disponível em: <https://www.clubmed.com.br/r/Rio-Das-Pedras/y>. Acesso em: 17/07/2018.





Figura 32. Venda do paraíso em Itacuruçá  
Fonte: Site do empreendimento Rio Marina Resort<sup>66</sup>

Deste modo, foi possível fazer um comparativo das imagens que retratam a realidade do município e investigar como os equipamentos turístico-imobiliários apresentam a mesma cidade ao consumidor, isto é, quando a apresentam, dado que, foi possível verificar em diversas propagandas de empreendimentos que determinam sua localização somente evidenciando a Costa Verde, ou então, como pertencente ao município vizinho, Angra dos Reis. Estes são sutis indícios que revelam o caráter segregador destes complexos de lazer, que na verdade anulam a cidade em que estão inseridos e vendem uma imagem que não condiz com os seus conteúdos. É neste tocante que se reforça que ao compreender a produção do espaço de lazer do município estudado, poderíamos estar compreendo a construção de um lugar turístico, como a maioria dos estudos dedicados ao tema aponta. No entanto, ao direcionar a análise para empreendimentos desta natureza, conclui-se que as ações que engendraram a produção do espaço de Mangaratiba, na verdade, esteve sempre vinculada a proliferação de resorts e condomínios que margeiam a cidade. Nesse sentido, acredita-se que diante do estudo de caso, estaríamos mais próximos de uma ação de ordenamento do território em função destas bolhas do entretenimento.

<sup>66</sup> Disponível em: <http://www.riomarinasort.com/>. Acesso em: 17/07/2018.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cuidado de apresentar a prática turística desvinculada da ideia de indústria parte do objetivo de trazer para discussão uma abordagem mais socioantropológica da atividade. Deste modo cumpriu-se com o objetivo de trazer ao cerne da discussão uma análise do comportamento do indivíduo na sociedade contemporânea e como a reestruturação do mercado turístico reflete nas escolhas de consumo. Sabendo que o turismo trata-se uma área do conhecimento multidisciplinar, buscou-se vincular a análise ao campo da abordagem geográfica, ao compreender os desdobramentos da atividade no espaço construindo, reordenando e fragmentando o tecido urbano em função das práticas de lazer.

A instauração de zonas de amortecimento para além da região metropolitana a fim de absorver os cidadãos, como aqui nomeada de distrito de amenidades, possibilitou identificar um novo desenho de abrangência da metrópole, fazendo com que a cidade se estendesse produzindo em suas margens o que nela falta. Diante disto, entende-se que o esgarçamento do tecido urbano fortalece a ideia de dissociação do tempo-espacos da vida cotidiana, mas que na verdade, só reforçam a teoria da captação do lazer pelo mundo do trabalho. Neste novo traçado metropolitano infere-se como a construção de uma tessitura urbana foi fundamental para possibilitar a construção de uma (extra)borda voltada para o lazer, sobretudo para o consumo do tempo livre. Pensando puramente na condição de reestruturação do sujeito, o ideal seria produzir espaços de lazer no próprio seio da moradia. Porém, todo um mercado turístico-imobiliário, principalmente voltado para segunda residência se abalaria, isso sem mencionar os setores que sustentam os meios de transporte, que propiciam este movimento pendular dos finais de semana e feriados. Não é por coincidência que foi possível identificar que os moradores da zona oeste do Rio de Janeiro e municípios da Baixada Fluminense, onde há maior carência de espaços de lazer, sejam aqueles que mais frequentam e possuem casas ao longo do litoral da região da Costa Verde. Estes que, maioritariamente percorrem longas distâncias nos dias úteis até a região central para viver o tempo do trabalho, caminham na direção oposta na ilusão do afastamento para se viver um tempo livre de qualidade.

Deste modo entende-se que enquanto o turismo for modo de fruição de lazer para revigoramento e retorno ao labor diário – sendo impossível vislumbrar a decadência desta lógica – todas as formas e desdobramentos que o mercado turístico propor ou assumir serão na verdade mecanismos para encobrir as amarras que normatizam e programam a prática. Assim sendo, artifícios são criados com intuito de mascarar esta apreensão do cotidiano fazendo valer o conteúdo terapêutico que envolve a atividade turística. Logo, verificou-se que quanto mais se caminha para estes “disfarces” mais se aproxima de espaços artificializados, e nesta proposição comprova-se a disseminação dos processos de cenarização e tematização dos lugares turísticos, fazendo uso do imaginário e dos simulacros para oferecer uma sensação de liberdade irreal e utópica.

Ainda sobre os recursos do mercado turístico, destaca-se a valorização do consumo das experiências, atribuindo valor moral e de enriquecimento pessoal dada a possibilidade de trocas e vivências únicas, que acabam despertando forte interesse de consumidores não apenas ávidos por autenticidade, mas pela condição de prestígio associada a este universo, por se caracterizar como uma viagem fora dos padrões, diferente dos roteiros massificados e atualmente mais democratizados. Por este motivo, acredita-se que há certa simplificação na literatura em atribuir a valorização das experiências como uma revolução dos modelos da prática turística, pois na verdade o que se identificou foi que o próprio consumo de experiências se apresenta como uma atividade alienante que pouco rompe com as estruturas do turismo moderno. Cabe ressaltar que não se trata de desmitificar o potencial formativo de uma viagem, dado que é concebível realizar uma viagem que se proponha a uma verdadeira imersão cultural. No entanto, pensando no estudo de caso, e levando em conta a tônica das experiências principalmente propagandeadas por empreendimentos hoteleiros, como os resorts, é possível evidenciar como esta prática está orientada pela própria reestruturação do capital.

Portanto, ao direcionar a análise para o turismo condicionado ao modelo pós-moderno, constatou-se que este representa um novo nicho de mercado que se abre para o público que valoriza o estético, a imagem e o efêmero. A rigor, as típicas viagens do turismo moderno, ainda que minimamente, destinavam-se a apresentar o destino turístico, onde sua cultura e história eram contadas gerando uma sensação de conhecimento ao turista. Contudo, destaca-se

que se tratava de uma visão fragmentada e reduzida sobre um olhar passivo do visitante que ao longo do dia colecionava pontos turísticos em sua agenda de férias. Mas, ainda assim, era comum se ter este tipo de relação com a viagem, como um tempo de lazer e “aprendizado”.

Atualmente, o que está em voga são as viagens como verdadeiros retiros, as quais o turista viaja no intuito de não realizar atividade nenhuma, logo optar por um pacote massificado pode colocar em risco o momento de descanso pretendido. Seriam como simulacros do ócio, pois em tese, pensa estar se recuperando neste tempo ocioso, mas na realidade esta atividade revela-se tão programada quanto o turismo modernista. Nesse sentido, assentados nesta nova tônica do mercado turístico novos discursos são propagados legitimando espaços como dos resorts, grandes equipamentos de lazer com política de enclausuramento, provendo todas as necessidades do consumidor no seu interior. Pensar em clausura como forma de lazer parece a primeiro momento um tanto que contraditória, até porque o indivíduo tão contaminado pelos ritmos do mundo do trabalho, quando se depara com o tempo liberado, não sabe como consumi-lo. É neste ponto que o entretenimento convertido em atividades recreativas se propaga durante os dias da estadia.

Sabendo disso, o primeiro apontamento a se considerar parte de que realizar uma viagem com intuito de somente relaxamento, fazendo do empreendimento hoteleiro seu espaço de recuperação já revela o pensamento elitista que norteia esta prática. É um privilégio poder se isolar em grandes complexos de lazer e desfrutar de uma ociosidade. Além disso, estes empreendimentos em sua maioria demandam maiores investimentos dado os elevados preços das diárias. A segunda consideração parte do pensamento de marginalização da ideia do escapismo que sustentava as bases do turismo moderno, ou seja, chegou a se cogitar na sobreposição do pensamento da fuga dos grandes centros e repouso em balneários, por uma lógica de enaltecimento das experiências interativas. Destaca-se que o entendimento do escape posto a margem não significa sua completa decadência, mas aponta para a sobreposição de novos desejos que não só fugir do ambiente das cidades. Este movimento é observado com o aumento de viagens para destinos mais temáticos ou então mais exóticos. Isto aponta que não é apenas sair do ambiente cosmopolita, há uma tendência de preferir todo um conjunto estético de contraste. Porém, pormenorizando estas viagens de grande valor imagético, em especial se apoiando na análise do próprio Portobello Resort, conclui-se que o

escapismo ainda engendra todo o desejo do consumidor, porém, agora maquiado pela experiência turística. As vantagens disto para a cadeia produtiva do turismo é abertura de um leque de opções em um mesmo lugar turístico, fazendo com que o mesmo não se “esgote” promovendo a ideia de que cada viagem pode ser diferente.

Outra questão importante evidenciada ao longo da pesquisa é o processo de exotização dos lugares, nutrido pelo fascínio do exótico, que no caso em questão pode-se observar diante do simulacro de safári na Costa Verde. Ao que tudo indica este não será o único caso isolado no Rio de Janeiro, isto porque, recentemente, foi noticiada a reforma do zoológico carioca<sup>67</sup>, em que o objetivo é transformá-lo em um bioparque, com a adoção do conceito de enclausuramento inverso, onde os animais vão estar “livres” e os visitantes poderão desfrutar de espaços que recriam grandes ecossistemas, alimentar girafas e na área reservada à savana poderá ser feito um safári por um rio artificial. De modo geral, acredita-se que aliado aos desejos e vivências autênticas, houve a contribuição dos movimentos de ética ambiental que impregnaram sobre as escolhas do consumidor, sendo assim, viagens que ofereçam possibilidades ecologicamente corretas ou de encontro com aquela natureza primitiva – artificializada – romantizada pela ideia do esgotamento das riquezas naturais e extinção de animais ganham novos sentidos para os turistas.

Diante de toda discussão apresentada ao longo desta pesquisa, pode-se exemplificar a partir de um único empreendimento tanto no que tange a construção dos espaços de lazer, sublinhando fenômenos como a turistificação e a resortificação, como no que concerne o lazer na sociedade contemporânea. Nesse sentido o Portobello Resort & Safári foi campo fértil para o debate, devido à riqueza de elementos passíveis de investigação, não com intento de ser uma base de comprovação das hipóteses levantadas, mas como um caso exemplar da tendência que vem redefinindo a atividade turística. Portanto, o objetivo de elencar este equipamento turístico tendo em vista a miríade de opções de resorts na região turística da Costa Verde é na tentativa de particularizar e aproximar uma questão de escala global para a realidade fluminense.

---

<sup>67</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/zoologico-do-rio-vai-virar-bioparque-com-bichos-soltos-e-visitantes-circulando-por-tuneis-e-corredores.ghtml>. Acesso em: 14/07/2018.

O campo turístico apresenta uma série de questões que merecem atenção, sobretudo da geografia por essencialmente ser uma atividade que se fundamenta no espaço. No que representou o escopo desta pesquisa, os resorts simbolizam apenas uma parcela de toda complexa cadeia que envolve este setor. No entanto, até mesmo dentro destes empreendimentos poderiam desdobrar novas inquietações e pesquisas que não discutidas aqui. Como por exemplo, ao discutir os simulacros de lugares, identificou-se um novo modo de turismo, baseadas na simulação da viagem como um todo, por meio da virtualização da atividade turística. Nesse campo, a tecnologia da informação recria o mundo, mostrando a face virtual de todas as coisas. Apoiando-se nos recursos de multimídia e da computação atualmente já é possível realizar viagens virtuais. Oliveira e Galindo (2004) destacam como exemplo o “romeiro virtual” este que realiza o turismo religioso *online* pelo site Santuário Nacional de Aparecida do Norte. Este seria um dos níveis máximos que se imagina de uma abstração de uma viagem partindo do olhar de terceiros sobre um lugar. Com isso, é perceptível que a pesquisa não se encerra com a conclusão deste trabalho; na verdade, novos caminhos se abrem e problemáticas surgem a fim de teorizar sobre estas geografias do turismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACERENZA, Miguel Angel. Administración del turismo: conceptualización y Organización. Vol.1 e 2. México: Trillas, 1991.

AQUINO, Cássio Adriano Braz e MARTINS, José Clerton de Oliveira. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. Rev. Mal-Estar Subj.[online]. 2007, vol.7, n.2, pp. 479-500. ISSN 2175-3644.

ANTUNES; Ricardo. Adeus ao trabalho? São Paulo, Cortez, 1995.

ARRAIS. Tadeu A. A produção do lazer para a metrópole e os condomínios de chácaras. Mercator, Fortaleza, v.14, n.4, Número Especial, dez. 2015, pp. 123-136.

AUGÉ, Marc. Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. CampinasSP: Papyrus, 1994.

BARBOSA, Marcos Aguiar. Resort: o lazer no contexto de negócio. In: Licere, Belo Horizonte, v. 08, n. 02, 2005.

BARROS, F.; RIBEIRO, G. A corrida por paisagens autênticas: turismo, meio ambiente e subjetividade na contemporaneidade. UNB/ICS: Brasília, 1994.

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Rio de Janeiro: ELFOS, 1995.

\_\_\_\_\_. Simulacros e Simulações. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

BAUMAN, Z. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

\_\_\_\_\_. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENI, Mario Carlos. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. Turismo: visão e ação. Itajaí - SC: Editora UNIVALI, 2004. v.6, n.3, pp. 295-305.

BRASIL, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil: diretrizes políticas. Brasília: Ministério do Turismo. 2004b.

\_\_\_\_\_. Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil: diretrizes operacionais. Brasília: Ministério do Turismo. 2004a.

CALDEIRA, Teresa Pires do R. Cidade de Muros. Crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo, Edusp, 2000

\_\_\_\_\_. Enclaves Fortificados: A nova segregação urbana. *Novos Estudos*, CEBRAP. N.º 47, março 1997, pp. 155-176.

CARLOS, A.F.A. O lugar no/do mundo. São Paulo: FFLCH, 2007, 85p.

\_\_\_\_\_. O consumo do espaço. In: CARLOS, Ana Fani A. (org.). *Novos caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 1996, pp. 173-186.

CASTRO, Demian Garcia. Desenvolvimento, Políticas Públicas e Regionalização: algumas reflexões a partir do território fluminense. In.: *Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*, 2005, pp. 3229-3255.

CRUZ, Rita. Política de turismo e (re)ordenamento de territórios no litoral do Nordeste do Brasil. 203p. Tese (Doutorado) – Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1999.

\_\_\_\_\_. *Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares*. São Paulo: Roca, 2007.

\_\_\_\_\_. *Introdução à geografia do turismo*. São Paulo: Rocca, 2003.

COSTA, Carlos Rerisson Rocha da. Turismo, Produção e Consumo do Espaço Litorâneo. In.: ARAÚJO, Josélia Carvalho de; FERNANDES, Maria José Costa; SILVA, Otoniel Fernandes da (Orgs). *Construções Geográficas: teorizações, vivências e práticas*. Espaço Científico Livre Projetos Editoriais 1 ed. p. 41-50. Duque de Caxias, 2013.

COLOMBI, Ana Paula Fregnani. O tempo livre, o lazer e o trabalho no capitalismo contemporâneo. 62p. Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Econômicas) - Departamento de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2007.

DAMIANI, A. L. Turismo e Lazer em espaços urbanos. In: RODRIGUES, A.B. (Org) *Turismo, modernidade, globalização*. p. 46-54. São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. ; CARLOS, Ana Fani; SEABRA, Odette Carvalho (Orgs.). *O espaço no fim do século – a nova raridade*. São Paulo: Contexto, 2001.

DANTAS, Eustógio W. C. O mar e o marítimo nos trópicos. *GEOUSP – Espaço e Tempo*, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 63-76, 2004.

DE MASI; Domenico. *O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial*. 4. ed Rio de Janeiro: Jose Olympio, 2000.

DEBORD, Guy *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.



DIEGUES, Antônio Carlos. O mito moderno da natureza intocada. São Paulo: Universidade, NUPAUB, 1994. 163 p

DUMAZEDIER, Joffre. Lazer e cultura popular. São Paulo: Perspectiva. 3a ed. 2001.

FAGERLANDE, Sergio Moraes Rego. Holambra: a construção da imagem em uma cidade turística. Oculum Ensaios – Revista de Arquitetura e Urbanismo. Julho-Dezembro, Campinas, pp. 331-345, 2016.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Álvaro. Metropolização do espaço, gestão territorial e relações urbanorurais: algumas interações possíveis. Revista Geo UERJ. Rio de Janeiro - Ano 16, nº. 25, v.2, 2º semestre de 2014, p.477-504.

FONSECA, M. A. & Lima, R. Segunda residência: conceito, características e significados. In: FONSECA, Maria Aparecida (Org.). Segunda residência, lazer e turismo. RN, Natal, EdUFRN, 2012. p.11-18.

FRATUCCI, A.C. Turismo e território: relações e complexidades. Caderno Virtual de Turismo. Edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo. Rio de Janeiro, v. 14, supl.1, p.87-96, nov. 2014.

\_\_\_\_\_. Os lugares turísticos: território do fenômeno turístico. GEOGRAPHIA, revista da pós-graduação em geografia da UFF. Niterói, ano II, n.4, 2000.

\_\_\_\_\_. A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo. Niterói: UFF, 2008. 308 f. Tese (doutorado). Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

\_\_\_\_\_. A Formação e o ordenamento territorial do turismo no estado Do Rio de Janeiro a partir da década de 1970. In.: BARTHOLO, Roberto; DELAMARO, Maurício; BADIN, Luciana (orgs.). Turismo e Sustentabilidade no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

\_\_\_\_\_. Os processos de turistificação do espaço e atuação dos seus agentes produtores. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL. João Pessoa: UFPB, 2007.

HARVEY, D. Condição Pós-Moderna. 17 ed. São Paulo: Edições Loyola. 2008.

\_\_\_\_\_. A produção capitalista do espaço. São Paulo: Annablume, 2001.

\_\_\_\_\_. O Novo Imperialismo. Tradução de Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves – São Paulo: Edições Loyola, 2005.

HERMANN, Bruno M. & HADDAD, Eduardo A. Mercado Imobiliário e Amenidades Urbanas: a view through the window. Est. econ., São Paulo, 35(2): 237- 269, abr-jun 2005.

INSTITUTO MARCA BRASIL. Tour da experiência: cartilha completa. Brasília: IMB, 2010. 58 p

KNAFOU, Remy. Turismo e Território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (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. Ed. Aleph. 186 p. 2000.

LEFEBVRE, Henri. A vida cotidiana no mundo moderno. São Paulo: Ática, 1991.

\_\_\_\_\_. O Direito à Cidade. São Paulo: Centauro, 2001

LENCIONI, Sandra. Metropolização do espaço: processos e dinâmicas. In.: FERREIRA, Alvaro et al (Org.). Metropolização do espaço: gestão territorial e relações urbanorurais. Rio de Janeiro: Consequência, 2013.

LINS, Hoyêdo N. A pós-modernidade e sua narrativa: o setor de turismo em debate. Acta Scientiarum. Human and Social Sciences. Maringá, v. 35, n. 1, p. 37-47, 2013.

LIPOVETSKY, G. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

LOPES Jr., Edmilson. Urbanização turística, cultura e meio ambiente no nordeste brasileiro. In: BRUHNS, Heloísa e SERRANO, Célia (orgs.) Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Papirus, p.43-58, 2000.

LUCHIARI, M. Tereza. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. IN: LIMA, Luiz C. (org.). Da Cidade ao Campo: a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza: UECE, p.15-29, 1998.

\_\_\_\_\_. O Lugar no Mundo Contemporâneo: turismo e urbanização em Ubatuba – SP. 218 f. Tese (doutorado). Departamento de Sociologia do Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, SP, 1999.

MACHADO, Lia Osório. Angra dos Reis: por que olhar para o passado? In.: Diagnóstico Sócio-Ambiental do Município de Angra dos Reis, Convênio FURNASUFRRJ, Rio de Janeiro, 1995.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. Estudos do lazer: uma introdução. 2. ed., ampl. Campinas, SP: Autores Associados, 2000.

MASCARENHAS, Gilmar. Cenários contemporâneos da urbanização turística. Caderno Virtual de Turismo (UFRJ), Rio de Janeiro, v. 14, p.1-11, 2004.

\_\_\_\_\_. Dimensões e aspectos da metropolização turística no estado do Rio de Janeiro. In: Seminário Nacional Governança Urbana e Desenvolvimento Metropolitano. Natal, RN, 2010.

MASCARENHAS, F. Entre o ócio e o negócio: teses acerca da anatomia do lazer. Tese (doutorado) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2005.

MENDES JÚNIOR, J. N.; FERREIRA, M. C. Turismo, Massificação e Alienação: a compreensão de um processo sucessional. Geografia (Rio Claro. Impresso), v. 34, p. 427-436, 2009.

MILHEIRO, Eva; MELO, Carla. O Grand Tour e o advento do turismo moderno. In: Turismo e Desenvolvimento. Aveiro/Portalegre: Escola Superior de Educação de Portalegre, Dez. 2005, p. 114 - 118.

MOLINA, S. O pós-turismo. São Paulo: Aleph. 2003.

MONLEVADE, Ana Paula Bistaffa de . Por uma Sociologia do Turismo: Estudo Introdutório. In: VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 2010, CAXIAS DO SUL. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (UCS) (Cessou em 2007). CAXIAS DO SUL: UCS, 2010.

MOURÃO, Roberto M. F. Ecoportunismo. Panrotas, São Paulo, jan. 1997.

O'DONNELL, Julia. Entre praias e avenidas: um Rio de modernidades. In: MATTOS, I.; SANTOS, J.; ANTUNES, R. (Orgs.). Rio de Janeiro: histórias concisas de uma cidade de 450 anos. Secretaria Municipal de Educação. Rio de Janeiro: SME, 2015.

OURIQUES, Helton Ricardo. A Produção do Turismo: fetichismo e dependência. 2. ed. Campinas: Alínea, 2016

PADILHA, V. Tempo Livre e capitalismo: um par imperfeito. Campinas- SP: Alínea, 2000.

\_\_\_\_\_. Desafios da crítica imanente do lazer e do consumo a partir do shopping center. Art Cultura, Uberlândia, v. 10, n. 17, p. 103-119, jul.-dez. 2008.

PADILHA; Valquíria. Tempo Livre e capitalismo: um par imperfeito. Campinas, SP: Editora Alínea, 2000.

PADOVANI, E. G. R. A cidade: o espaço, o tempo e o lazer. In: GERARDI, Lucia Helena de Oliveira (Org.). *Ambientes: estudos de Geografia*. 1.ed. Rio Claro: UNESP, 2003. p. 171-184.

\_\_\_\_\_. *Parque temático: Modernização e Consumo do Espaço*. 2002. 236 p. Tese (Doutorado em Geografia) Universidade Estadual Paulista, UNESP, São Paulo

PAIXÃO, Dario Luiz Dias. *Turismo Hedonista: um segmento pós-moderno de viagens aliadas ao prazer*. In: V Seminário ANPTUR 2008, 2008, Belo Horizonte. *Turismo e Hospitalidade em Destinos Urbanos*. São Paulo: Anptur, 2008.

PEREIRA, Alexandre Queiroz. *A urbanização vai à praia: contribuições da vilegiatura marítima à metropolização no Nordeste do Brasil*. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Departamento de Geografia, Programa de Pós-Graduação em Geografia. Fortaleza, 2012.

PEREIRA, Alexandre Queiroz; DANTAS, Eustógio W. C.; GOMES, Iara R. *Lazer na praia: segunda residência e imobiliário turístico no nordeste*. 180p, Imprensa Universitária da Universidade Federal do Ceará (UFC). Fortaleza, 2017.

PEZZI, Eduardo; VIANNA, Silvio. *A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: Um estudo sobre as dimensões da experiência memorável*. *Turismo em Análise*. Vol. 26, N.1, 2015.

PIRES, P. S. *Ecoturismo no Brasil: uma abordagem histórica e conceitual na perspectiva ambientalista*. 1998. 218 f. Dissertação (mestrado). Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP.

RAMOS, Daniel da Rocha. *O litoral como mercadoria: O consumo das praias na estratégia do capital*. In.: *CULTUR – Revista de Cultura e Turismo*, v.4, n. 1, 2010.

RODRIGUES, A. B. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

RODRIGUES, Arlete Moysés. *A matriz Discursiva sobre o Meio Ambiente: Produção do Espaço Urbano - Agentes, Escalas, Conflitos*. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). *A produção do espaço Urbano - Agentes e Processos, escalas e desafios*. São Paulo: Contexto, 2011.

RUAS, Júlio. *Lazer vs. Ócio: a experiência moderna do tempo livre*. In.: *Revista Três Pontos*, v.9, n.1, pp. 5-14, 2012.

SABINO, André Luiz. *Turismo e expansão de domicílios particulares de uso ocasional no litoral sudeste do Brasil*. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

SAES, Alexandre Macchione. Vida urbana e capitalismo na modernização de Salvador, Rio de Janeiro e São Paulo na transição para o século XX. In.: Anais do XIX Encontro Regional de História: Poder, Violência e Exclusão. ANPUH/SP-USP. São Paulo, 2008.

SAMPAIO, Camila Freira. O turismo e a territorialização dos resorts: a Praia Porto das Dunas como “enclave” em Aquiraz-CE. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual do Ceará. Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, 2009.

SANTANA, Paola Verri de. A mercadoria verde: a natureza. In: DAMIANI, Amélia Luisa; CARLOS, Ana Fani Alessandri; SEABRA, Odette Carvalho de Lima. (orgs.) O espaço no fim de século: a nova raridade. São Paulo: Contexto, 1999.

\_\_\_\_\_. Ecoturismo: uma indústria sem chaminé. São Paulo: Labur Edições, 2008.

SANTOS, Selene. A Cidade Sazonal: A urbanização pela função veraneio - um estudo de caso no município de Saquarema. IPPUR/UFRJ, dissertação de mestrado, 1981.

SCIFONI, Simone. A construção do patrimônio natural. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

SEPDET, Secretaria de Estado de Planejamento, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Rio de Janeiro. PLANTUR: Plano Diretor de turismo do Estado do Rio de Janeiro. Vol. 2. Rio de Janeiro, 2001.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello e. Metropolização e raízes da periferização turística. Revista Turismo em Análise, Brasil, v. 7, n. 2, p. 7-16, nov. 1996.

SILVA, MARIA DA GLÓRIA LANCI DA. Os cenários do lazer: turismo e transformação da paisagem urbana. 2003. 176 f. Tese de Doutorado - Universidade de São Paulo (USP). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo São Paulo.

SONEIRO, Javier Callizo. Aproximación a la geografía del turismo. Madrid: Síntesis, 1991.

SOUSA, Plínio Guimarães; MATIAS, Esdras Matheus; SELVA, Vanice S. Fragoso. Do turismo residencial aos complexos turísticos imobiliários: a apropriação da zona costeira do nordeste brasileiro pela atividade turística imobiliária. Revista Ambiente & Sociedade, São Paulo, v. XIX nº. 3. p. 177-198 jul-set. 2016.

SOUZA, E.A.L.de. Metropolização litorânea: produção do espaço do lazer e mercado mobiliário. Revista GeoUECE - Programa de Pós-Graduação em Geografia da UECE Fortaleza/CE, v.2, nº1, p.156-157, jan./jun.,2013

SUAREZ, Marcus Alban. Os Problemas da Expansão Espacial do Turismo no Brasil: Uma análise exploratória com base na Nova Economia Institucional. Universidad de Viña del Mar – Chile. Ciencias Sociales Online, vol. IV, n. 2, 2007.

TITO, Ana Luiza de Albuquerque. et al. Pós-modernidade e Turismo: Reflexões Acerca da Experiência Turística no Contexto das Agências de Viagens. Revista Turismo em Análise – RTA. ECA-USP | v. 28, n. 3, p. 424-437, set/dez., 2017

TRIGO, L. G. G. A viagem como experiência significativa. In: TRIGO, L. G. G. Turismo de Experiência. São Paulo: SENAC, 2010. p. 21-42.

TUAN, Yi-Fu. Espaço e lugar: a perspectiva da experiência. São Paulo: Difel, 1983.

TURISRIO, Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro. Plano Diretor de Turismo. Rio de Janeiro: TurisRio, 2001.

\_\_\_\_\_. Identificação das Áreas Especiais de Interesse Turístico do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: TurisRio, 1985.

URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. Trad. Carlos Eugênio Marcondes de Moura – (3a ed.). (Coleção Megalópolis). São Paulo: Studio Nobel, 2001.

YÁZIGI, Eduardo. Turismo uma Esperança condicional. São Paulo: Global, 2003.