



O turismo de massa e a cidade: processos de integração versus segregação socioespacial em capitais nordestinas (Recife-PE e Natal- RN) a partir de registros (VLOGS) de viagem de turismo doméstico

Michel Jairo Vieira da Silva





Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Centro de Ciências Sociais Aplicadas

Programa de Pós-Graduação em Turismo

Doutorado em Turismo

Michel Jairo Vieira da Silva

O turismo de massa e a cidade: processos de integração versus segregação socioespacial em capitais nordestinas (Recife – PE e Natal – RN) a partir de registros (VLOGS) de viagem de turismo doméstico

Natal

2017

Michel Jairo Vieira da Silva

O turismo de massa e a cidade: processos de integração versus segregação socioespacial em capitais nordestinas (Recife – PE e Natal – RN) a partir de registros (VLOGS) de viagem de turismo doméstico

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para a obtenção do título de Doutor em Turismo, na área de Turismo e Desenvolvimento Regional.

Orientador: Dr. Francisco Fransualdo de Azevedo.

Coorientadora: Dra. Maria Helena Braga e Vaz da Costa.

Natal

2017

Michel Jairo Vieira da Silva

O turismo de massa e a cidade: processos de integração versus segregação socioespacial em capitais nordestinas (Recife – PE e Natal – RN) a partir de registros (VLOGS) de viagem de turismo doméstico

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para a obtenção do título de Doutor em Turismo, na área de Turismo e Desenvolvimento Regional.

Aprovada em:

Natal, 16 de Março de 2017.

Francisco Fransualdo De Azevedo, Dr. (Presidente – PPGTUR/ UFRN)

Maria Helena Braga E Vaz Da Costa, Dra. (Coorientadora – PPGGE/UFRN)

Wilker Ricardo De M. Nóbrega, Dr. (Membro Interno – PPGTUR/ UFRN)

Allyson Carvalho De Araújo, Dr. (Membro Interno – PPGEM/ UFRN)

Magno Vasconcelos Pereira Junior, Dr. (Membro Externo – UNIBARCELONA)

Antônio Jânio Fernandes, Dr. (Membro Externo – UERN)

Catálogo da Publicação na Fonte.

UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Silva, Michel Jairo Vieira da.

O turismo de massa e a cidade: processos de integração versus segregação socioespacial em capitais nordestinas (Recife – PE e Natal – RN) a partir de registros (VLOGS) de viagem de turismo doméstico/ Michel Jairo Vieira da Silva. - Natal, RN, 2017.

310f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Fransualdo de Azevedo.

Coorientadora: Dra. Maria Helena Braga e Vaz da Costa.

Termo de Isenção de Responsabilidade

Declaro, para todos os fins de Direito e que se fizerem necessários, que assumo total responsabilidade pelo material aqui apresentado, isentando a Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, a Coordenação do Curso, a Banca Examinadora e o Orientador de toda e qualquer responsabilidade acerca do aporte ideológico empregado ao mesmo.

Conforme estabelece o Código Penal Brasileiro, concernente aos crimes contra a propriedade intelectual o artigo, n.º 184 – afirma que: *Violar direito autoral: Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.* E os seus parágrafos 1º e 2º, consignam, respectivamente:

§ 1º Se a violação consistir em reprodução, por qualquer meio, no todo ou em parte, sem autorização expressa do autor ou de quem o represente, (...): Pena – reclusão, de 1 (um) a 4 (quatro) anos, e multa, (...).

§ 2º Na mesma pena do parágrafo anterior incorre quem vende, expõe à venda, aluga, introduz no País, adquire, oculta, empresta, troca ou tem em depósito, com intuito de lucro, original ou cópia de obra intelectual, (...), produzidos ou reproduzidos com violação de direito autoral.

Diante do que apresenta o artigo n.º. 184 do Código Penal Brasileiro, estou ciente que poderei responder civil, criminalmente e/ou administrativamente, caso seja comprovado plágio integral ou parcial do trabalho.

Natal, 16 de Março de 2017.

Michel Jairo Vieira da Silva

Agradecimentos

Um trabalho como esse é feito por poucas mãos, mas de muitas parcerias: acadêmicas, afetivas, fraternas, sociais... Desses encontros onde reina a generosidade, o respeito, o cuidado, a paciência, a tolerância, a persistência, emergiu um trabalho que devo revelar: foi difícil em parte, mas prazeroso em muitas outras partes.

Isso tudo se deve a um Deus que gosta de brincar comigo e brindar comigo uma vida de mistérios, de alarmes e surpresas. Mas também de cotidianos e rotinas preenchidas amorosamente por uma mãe-filha, um pai-bebê, além da irmã-mãe, irmã-irmã, e de uma terceira – a irmã-pai. Pessoas essas que sempre farão as mais prudentes críticas, mas também baterão as mais altas e sinceras palmas.

Obrigado ao amor, aquele que te faz querer viver mais; ser mais bonito e melhor remunerado; ter casa com cachorro, criança e jardim; aprender a cozinhar; acordar com o braço dormente; ver as poéticas marcas do tempo no grisalho cabelo; esperar uma surpresa que nunca chega e você nem liga se não se concretiza; que te faz parecer com o outro; que te faz ver o mundo através da presença do outro. Esse amor inspirou muitas linhas desta tese.

Obrigado a todos que fazem o PPGTUR. Entretanto, minha grande deferência vai também a um orientador que foi um *príncipe-camponês*. Ou seria um *lord-do-sertão*? Ou um *cangaceiro-da-ciência*? Esse *campesino-globalizado* ultrapassou o campo da postura formal da academia e, com generosidade com seu “des”orientado (minha natureza), alcançou uma légua grande de admiração e afeto no meu peito.

Um abraço caloroso como o carnaval pernambucano, e sincero como o dos reservados londrinos depois do primeiro copo, para uma co-orientadora luminosa e cirúrgica em suas ponderações na construção da pesquisa, além de cheia de charme e sofisticação acadêmica em falta nos enredos cinematográficos da vida universitária.

Vida longa aos amigos da academia e da trajetória (que são muitos e bons). Neles me refestelo e busco o apoio para pensar a pesquisa, para esquecê-la de vez em quando, para entender que não somos ilhas, e que não adianta dinheiro no banco se não temos tempo e amigo para ajudar a gastá-lo. Obrigado especial ao mais alto de todos eles, ao mais paraense dos doutorandos, à olindense de Marechal, à paraibana resiliente, à gaúcha de Canguaretama; aos MID”A”S incompletos. Por fim, dedico este trabalho ao amor, que sempre esteve em meu caminho e dele não desviei.

TÍTULO: O TURISMO DE MASSA E A CIDADE: PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO *VERSUS* SEGREGAÇÃO SOCIOESPACIAL EM CAPITAIS NORDESTINAS (RECIFE-PE E NATAL-RN) A PARTIR DE REGISTROS (VLOGS) DE VIAGEM DE TURISMO DOMÉSTICO

RESUMO: O turismo tem como uma de suas principais relações no mundo contemporâneo a arte do encontro entre visitantes e residentes. Entretanto, é possível observar destinos turísticos onde experiências de viagem são ordenadas, sobretudo para a segregação socioespacial, quando deveriam ser marcados pela integração turista- residente. As paisagens turísticas, que para esta pesquisa serão representadas pelos destinos de Recife-PE e Natal-RN, podem vir a revelar enclaves turísticos e práticas de lazer excludentes, em uma ordem social visível ou sutil na qual os visitantes e moradores dispõem de imaginações geográficas díspares sobre tais espaços. Diante desse entendimento, o presente trabalho emerge na análise dos processos de integração *versus* segregação do turista com uma maior parte da população residente nas capitais nordestinas estudadas, compreendendo que esses processos se apresentam em uma paisagem determinada pelo planejamento urbano da cidade, logo, por um conjunto de ações dos poderes público e privado sobre a segmentação turística, além das particularidades da configuração territorial dessas cidades. Dessa maneira, o trabalho tem como objetivo geral analisar os processos de integração *versus* segregação socioespacial, a partir da paisagem e conteúdos representados em vídeos de registros de viagem (2014-2016), destacando, especificamente, a apresentação de duas perspectivas de integração *versus* segregação em cidades turísticas. Por conseguinte, criam-se mapas de perspectivas do turismo das capitais estudadas, com foco na sintetização das paisagens extraídas dos registros (vídeos) de viagem. Nesse contexto, o trabalho apresenta uma abordagem qualitativa, ancorando-se em análise de conteúdo de vídeos postados no site de compartilhamento youtube a partir de um quadro de variáveis que sintetizam a abordagem. O resultado disso é a confirmação da hipótese de que tais elementos (planejamento urbano da cidade, a ação do poder público e privado sobre a segmentação turística, e a configuração territorial), quando desvendados nas cidades de Recife-PE e Natal-RN, mostram de certa maneira um destino integrador e outro segregador-fragmentado, respectivamente, a partir de perspectiva socioespacial e turística.

PALAVRAS-CHAVE: Integração *versus* segregação; Registros de viagem; Nordeste.

TITLE: MASS TOURISM AND THE CITY: INTEGRATION PROCESSES *VERSUS* SOCIO-SPATIAL SEGREGATION IN SOME NORTHEASTERN CAPITALS (RECIFE-PE E NATAL-RN) CONSIDERING THE TRAVEL REGISTERS (VLOGS) OF DOMESTIC TOURISM

ABSTRACT: One important relation of tourism worldwide today is the capacity of approximating visitors and residents. On the other hand, it is possible to observe tourist destinations in which the travel experiences are ordained in majority by socio-spatial segregation, spite the existence of destinations marked by the integration tourist-resident. The tourist landscapes, which in this paper will be represented by Recife-PE and Natal-RN destinations, can contribute to reveal excluding tourist enclaves and leisure practices inside a social order, visible or subtle, where visitors and residents possess contrasting geographic imageries about these spaces. That said, the present work results from an analysis of the integration *versus* segregation processes of the tourist with a large part of the residing population of the studied northeastern capitals, having in view that these processes have place in a landscape determined by the city urban plan, that is, a set of actions undertaken by the public and private powers over the tourism segment, in addition to the particularities of the territorial scope of these cities. In this way, the general objective of the work is to assess the integration *versus* segregation socio-spatial processes based on the landscape and contents represented in videos of travel registers (2014-2016), highlighting specifically the coming up of two perspectives of integration *versus* segregation in tourist cities. For this purpose, perspective maps concerning the studied capitals are created with focus in the synthetization of the landscapes extracted from the travel registers (videos). In this regard, the work presents a qualitative approach supported on the content analysis of the travel registers of posted videos on the sharing site YouTube based on the variable square synthetizing the approach. The result of this is the confirmation of the hypothesis that such elements (city urban plan, actions of the public and private powers over the tourism segment, and the territorial configuration), when come to light in Recife-PE and Natal-RN cities show, by one side, an integrating destination, and, by the other, a disintegrating destination, considering either the socio-spatial or the tourism perspectives.

KEY WORDS: Integration *versus* segregation; Travel registers; Northeast.

Lista de figuras

Figura 1. Passeio turístico em dromedários nas dunas de Jenipabu – Extremoz/RN. [Fotografia] Recuperado em 20 de junho de 2016, de http://www.dromedunas.com.br	28
Figura 2. Frames de Vlogs postados no YouTube [Arquivo de vídeo] Recuperado em 22 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	37
Figura 3. Recife Antigo (vista aérea e movimentação no Marco Zero da cidade) [Fotografia] Recuperado em 22 de junho de 2016, de http://oglobo.globo.com e entretenimento.ne10.uol.com.br respectivamente	52
Figura 4. Via Costeira (vista aérea e imagem publicitária hoteleira) [Fotografia] Recuperado em 22 de junho de 2016, de http://vivernatal.wordpress.com e www.peixurbano.com.br respectivamente	53
Figura 5. Praia de Ponta Negra (vista panorâmica, e registro de viagem) [Fotografia] Recuperado em 22 de junho de 2016, de http://www.cvc.com.br , www.temqueir.com.br e nanossaviagem.blogspot.com	55
Figura 6. Constelação Geográfica de conceitos	58
Figura 7 . Propaganda publicitária e diário de viagem a Natal-RN [Fotografia] Férias em Natal RN - 2015 - Gopro Hero 4. Recuperado em 25 de maio de 2016, de http://flecturismo.com.br e www.youtube.com , respectivamente	59
Figura 8 . Cartão Postal da Rua da Aurora e Rio Capibaribe (Recife Antigo-PE) [Fotografia] Recuperado em 20 de junho de 2016, de http://www.robortajungmann.com.br	633
Figura 1. Paisagem publicitária da Praia de Ponta Negra – Natal-RN[Fotografia] Recuperado em 25 de maio de 2016, de http://www.compartilheviagens.com.br	64
Figura 10. Mapa pictórico turístico de Natal-RN [Mapa] Recuperado em 20 de agosto de 2016, de http://mapasblog.blogspot.com	655
Figura 11. Mapa de evento cultural no Recife Antigo [Mapa] Recuperado em 25 de maio de 2016, de http://www2.recife.pe.gov.br	655
Figura 12. “Selfies” em Natal-RN e Recife-PE [Fotografia] Recuperado em 30 de dezembro de 2016, de http://pt.suptrotters.com e ink361.com respectivamente	69
Figura 13. Esquema de Paisagem Cultural	722
Figura 14. Publicidade e repetição da experiência na viagem a Recife e Natal [Fotografia] Recuperado em 20 de junho de 2016, de http://www.expeditto.com.br ; www.liraby.com ; passeiosdebuggyemNatal.blogspot.com e www.feriasbrasil.com.br respectivamente	822
Figura 15. Matéria jornalística destacando o olhar economicista do turismo [Fotografia] Recuperado em 28 de maio de 2016, de http://tribunadoceara.uol.com.br e http://novojornal.jor.br respectivamente	888
Figura 16. Projeto dominical para exclusiva circulação de visitantes e residentes (pedestres e ciclistas) na região Recife Antigo, Recife-PE [Fotografia] Recuperado em 20 de agosto de 2016, de http://vejabrasil.abril.com.br	944

Figura 17. Depoimento de turista que hospedou-se na Via Costeira de Natal. Recuperado em 2 de julho de 2016, de http:// www.tripadvisor.com.br , [grifo meu].....	1055
Figura 18. Grupo de Maracatu apresenta-se de forma estilizada – Recife-PE [Fotografia] Recuperado em 20 de agosto de 2016, de http:// www.pinterest.com	10909
Figura 19. Meio de hospedagem com temática medieval em Natal-RN [Fotografia] Recuperado em 2 de julho de 2016, de http:// mapio.net	10909
Figura 20. (A) Ginga com tapioca (prato típico de Natal) e (B) sushi de tapioca (servido em área turística) [Fotografia] Recuperado em 2 de julho de 2016, de http:// www.praiasdeNatal.com.br e www.revistadeguste.com	1122
Figura 21. Destino Integrador [DI]	1144
Figura 22. Destino Segregador-Fragmentado [DS-F].....	1155
Figura 23. Floresta que separa a área turística das demais áreas de Natal-RN [Fotografia] Recuperado em 6 de julho de 2016, de http:// blogdoborjao.blogspot.com	1177
Figura 24. Trajetória da Pesquisa.....	1366
Figura 25. Panorama da cidade de Recife no século XIX (vista marítima de área central). Panorama da cidade de Recife, c. 1855, de Augusto Stahl. Recife, Pernambuco/Acervo IMS.....	13939
Figura 26. Figura Panorâmica de Recife do século XXI (Ilha de São José) [Fotografia] Recuperado em 30 de dezembro de 2016, de http:// http://www.skyscrapercity.com	14040
Figura 27. Ônibus articulado na via PE-15 - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www. youtube.com	1433
Figura 28. Ônibus urbano circula no centro da cidade - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www. youtube.com	1433
Figura 29. Estação de ônibus interurbano - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www. youtube.com	144
Figura 30. Via esburacada e sem acostamento- Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www. youtube.com	1455
Figura 31. Congestionamento noturno em saída de túneis de Recife - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www. youtube.com	1466
Figura 32. Ciclovía na orla da Praia de Boa Viagem - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www. youtube.com	1477
Figura 34. Pedestres circula pela Ponte D. Pedro II - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www. youtube.com	1488
Figura 35. Pequenas embarcações a remo no Rio Beberibe - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www. youtube.com	14949
Figura 36. Embarcações motorizadas de pesca na orla de Olinda - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de http://www. youtube.com	15050
Figura 37. Sinalização interna do Aeroporto de Recife - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www. youtube.com	1511
Figura 38. Interior da Rodoviária de Recife- Vídeo 05 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www. youtube.com	1522

Figura 39. Nascimento, Vieira e Azevedo (2017).Destinos visitados que encontram-se fora da área de análise – PE [Mapa]	1544
Figura 40. Turistas sendo conduzidos por anfitriões - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1555
Figura 41. Praça de táxi - Vídeo 07 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1566
Figura 42. Micro-ônibus turístico- Vídeo 07[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1577
Figura 43. Passeio pelo calçadão da orla da praia de Boa Viagem - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1588
Figura 44. Passeio em barco a remo próximo ao Marco Zero - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	15959
Figura 45. Estacionamento exclusivo para veículos turísticos – orla de Boa Viagem - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1600
Figura 46. Sinalização Turística - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1600
Figura 47. Praça do Marco Zero no Recife Antigo - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1622
Figura 48. Parque das Esculturas Francisco Brennand - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1633
Figura 49. Centro de Artesanato de Pernambuco - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de http://www.youtube.com	1644
Figura 50. Caixa Cultural Recife - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1655
Figura 51. Casa da Cultura -Vídeo 16 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1655
Figura 52. Faixa de areia da Praia de Boa Viagem - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1666
Figura 53. Panorama do Alto da Sé - Vídeo 09 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1677
Figura 54. Ladeira da Misericórdia - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1688
Figura 55. Mosteiro de São Bento - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de http://www.youtube.com	16969
Figura 56. Igreja do Carmo -Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	16969
Figura 57. Praia de Piedade/Jaboatão dos Guararapes - Vídeo 10 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1700
Figura 58. Praia e calçadão em Olinda -Vídeo 16 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1711

Figura 59. Instituto Brennand - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1733
Figura 60. Parque de Diversão - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1733
Figura 61. Shopping RioMar - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1744
Figura 62. Entalhe com motivos de Olinda - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1755
Figura 63. Loja de artesanato com artigos alimentícios típicos - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de http://www.youtube.com	1766
Figura 64. Vista do restaurante de hotel da praia de Piedade - Vídeo 10[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	17979
Figura 65. Fachada de pousada do centro histórico de Olinda - Vídeo 07 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1800
Figura 66. Aposentos dos moradores anfitriões - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1811
Figura 67. Decoração junina de restaurante - Vídeo 10 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1822
Figura 68. Serviço de self-service em restaurante - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de http://www.youtube.com	1844
Figura 69. Agente de Viagem/Guia de Turismo junto ao turista - Vídeo 04[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1855
Figura 70. Galeria de Artesanato - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1877
Figura 71. Casa noturna - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1888
Figura 72. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Atrativos e equipamentos turísticos identificados nos espaços urbanos de Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes[Mapa]....	1900
Figura 73. Ensaio de Grupo de Maracatu - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1922
Figura 74. Transeuntes na Praça do Marco Zero - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1944
Figura 75. Procissão católica no Alto da Sé - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	1955
Figura 76. Caminhada pela faixa de areia da praia de Boa Viagem - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1977
Figura 77. Panorama do Centro Histórico de Olinda - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1988
Figura 78. Paço do Frevo - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	1988

Figura 79. Bonecos gigantes típicos do Carnaval Pernambucano - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de http://www.youtube.com	2000
Figura 80. Contemplação de margem do rio Beberibe (manguezal e garças) - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2011
Figura 81. Diversão em parque (montanha-russa) - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2011
Figura 82. Residente chora ao despedir-se de turista - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2044
Figura 83. Residente orientando turista no trânsito da cidade - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2044
Figura 84. Instrutora do Espaço Cultural “Paço do Frevo” - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2055
Figura 85. Barqueiro acena para câmera - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2066
Figura 86. Palhaços recepcionam turistas - Vídeo 07 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2077
Figura 87. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Recife-PE – evidências de dinâmica em Destino Integrador [Mapa]	20909
Figura 88. Cartograma de Natal no século XVII (Fortaleza dos Reis Magos) de Câmara Cascudo, 1980	2133
Figura 89. Panorama da cidade de Natal-RN (Ponte Newton Navarro)	2155
Figura 90. Rápido e único registro do sistema de transporte urbano de Natal-RN - Vídeo 02[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	21919
Figura 91. Início da “Rota do Sol” no Bairro de Ponta Negra - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2200
Figura 92. Vaga exclusiva para buggies turísticos - Vídeo 04 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2200
Figura 93. Modelos de ônibus de agências de receptivo - Vídeo 01[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2222
Figura 94. Residente faz caminhada na praia urbana de Areia Preta - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2233
Figura 95. Ciclovia na Via Costeira de Natal-RN - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2244
Figura 96. Placa de sinalização turística - Vídeo 11 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2255
Figura 97. Chegada ao Aeroporto de São Gonçalo do Amarante-RN - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2266
Figura 98. Serviço de traslado até o Aeroporto de São Gonçalo do Amarante-RN - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2277

Figura 99. Turistas cruzam a Ponte Newton Navarro no sentido litoral norte - Vídeo 19 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2288
Figura 100. Viagem em veículo próprio com uso de GPS - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	22929
Figura 101. Van realiza traslado do aeroporto até a Via Costeira de Natal-RN - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	22929
Figura 102. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Destinos visitados que encontram-se fora da área de análise – RN [Mapa]	2322
Figura 103. Passeio de Buggy - Vídeos 06, 09, 19 e 20, respectivamente [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2333
Figura 104. Jegues enfeitados para fotografia e passeio em Jenipabu/Extremoz-RN - Vídeo 09 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2344
Figura 105. Balsa rudimentar na travessia de Barra do Rio/Extremoz-RN - Vídeo 18 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2344
Figura 106. Praia de Ponta Negra - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2366
Figura 107. Morro do Careca em Ponta Negra - Vídeo 18 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2377
Figura 108. Letreiro com o nome da cidade de Natal na praia de Areia Preta - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2388
Figura 109. Calçadão da praia dos Artistas com Ponta do Morcego ao fundo - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2388
Figura 110. Calçadão da praia do Meio - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	23939
Figura 111. Fortaleza dos Reis Magos - Vídeo 20 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2400
Figura 112. Dunas “Douradas” de Pitangui - Vídeo 10 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2422
Figura 113. Lagoa de Pitangui - Vídeo 09 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2422
Figura 114. Praia de Pirangi - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2433
Figura 115. Cajueiro de Pirangi - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2444
Figura 116. Aquário Natal na Praia da Redinha - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2466

Figura 117. Praia dedicada a turistas de hotéis de luxo na Via Costeira - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2466
Figura 118. Arte em cabaça e madeira - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2488
Figura 119. Garrafinhas de areia colorida - Vídeo 21 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2488
Figura 120. Passeio de dromedários em Jenipabu - Vídeo 11 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	24949
Figura 121. Hotéis da Via Costeira e da Praia de Ponta Negra - Vídeos 02, 08, 11 e 19, respectivamente [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2522
Figura 122. Prato sertanejo à base de carne de sol e feijão verde - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2544
Figura 123. Prato à base de frutos do mar - Vídeo 04 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2544
Figura 124. Guia de Turismo Regional - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2555
Figura 125. Feira de artesanato próxima ao Cajueiro de Pirangi - Vídeo 21 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2577
Figura 126. Luau em praia da Via Costeira (de frente ao hotel de luxo) - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com ..	25858
Figura 127. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Atrativos e equipamentos turísticos identificados nos espaços urbanos de Natal, Extremoz e Parnamirim [Mapa].....	2600
Figura 128. Banhistas na Praia de Ponta Negra - Vídeo 11[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2644
Figura 129. Turistas em momento de contemplação da praia - Vídeo 03[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2666
Figura 130. Turista em passeio de quadriciclo - Vídeo 13[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2677
Figura 131. Box de informação turística - Vídeo 04 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2711
Figura 132. Vendedora de artesanato no momento de demonstração do produto- Vídeo 13[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de http://www.youtube.com	2722
Figura 133. Artesão em momento de criação na presença do cliente - Vídeo 11 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de http://www.youtube.com	2722
Figura 134. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Natal/RN: evidências de dinâmica em Destino Segregador-Fragmentado[Mapa].....	2755
Figura 135. Destino Moderado [DM]	2833

Lista de tabelas

Tabela 1. Evidências de Processos de Integração dos Turistas com a Cidade-Cenário	132
Tabela 2. Atrativo dos destinos Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes-PE.....	1787
Tabela 3. Atrativos dos destinos Natal, Extremoz e Parnamirim-RN	2500

Lista de abreviaturas e siglas

APPT	Ação Pública e Privada sobre o Turismo
APPT	Ação do Poder Privado
APPT	Mobilidade do Transporte Turístico
AVIESP	Associação de Agentes de Viagem Independentes de São Paulo
CT	Configuração Territorial
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEB	Índice de Desenvolvimento da Educação Básica
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IDSUS	Índice de Desempenho do Sistema Único de Saúde
MTUR	Ministério do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
PNMT	Plano Nacional de Municipalização do Turismo
PPGTUR	Programa de Pós-Graduação em Turismo
PUC-C	Mobilidade do Transporte Urbano
PUC-C	Planejamento Urbano da Cidade-Cenário
SEBRAE	Serviço Nacional de Apoio à Micro e Pequena Empresa
VLOG	Vídeo de viagem

Sumário

Introdução: em cidades que carregam o mesmo nome, situam-se no mesmo solo, mas não se conhecem	176
Problematização: turismo e integração nas cidades – quando é preciso investigar	17
Justificativa: os porquês do (des) encontro do turista com a cidade.....	36
1 Desvendando a paisagem turística: um amálgama de relações materializadas na cidade	49
2 Turismo e desenvolvimento: a procura de uma experiência turística que permita o encontro e a sociabilidade	876
3 Percurso metodológico: por registros de viagem que revelam mais que pitorescas paisagens	1232
4 Recife-PE: Uma cidade desigual, mas com dinâmica turística integradora [DI]	1387
A) Mobilidade do Transporte Urbano [PUC-C] = Mobilidade do Transporte Turístico [APPT]	141
B) Espaços de Lazer para Residente [PUC-C] = Atrativos Turísticos Visitados e Equipamentos Específicos do Turismo [APPT]	16161
C) Atividades de Recreação para Residentes [PUC-C] = Motivação Turística e Perfil do Turista [APPT].....	19191
D) Hospitalidade Não Turística [PUC-C] + Hospitalidade Turística [APPT].....	202
E) Localização das áreas funcionais de lazer residente [PUC-C – CT] = Localização das áreas funcionais turísticas [PUC-C – APPT]	2088
5 Natal-RN: Uma cidade marcada pelo processo socioespacial de turistificação segregadora [DS-F]	21312
A) Mobilidade do Transporte Urbano [PUC-C] ≠ Mobilidade do Transporte Turístico [APPT]	2177
B) Espaços de Lazer para Residentes [PUC-C] ≠ Atrativos Turísticos Visitados e Equipamentos Específicos do Turismo [APPT]	2355
C) Atividades de Recreação para residentes [PUC-C] ≠ Motivação Turística e Perfil do Turista [APPT].....	26262
D) Hospitalidade Não Turística [PUC-C] - Hospitalidade Turística [APPT].....	2699
E) Localização das áreas funcionais de lazer residente [PUC-C – CT] ≠ Localização das áreas funcionais turísticas [PUC-C – APPT]	27373
Considerações Finais: Pelo encontro do turista com a cidade.....	2809
Referências.....	2865
Anexos	303



Introdução: em cidades que carregam o mesmo nome, situam-se no mesmo solo, mas não se conhecem

Introdução: em cidades que carregam o mesmo nome, situam-se no mesmo solo, mas não se conhecem

Problematização: turismo e integração nas cidades – quando é preciso investigar

Nas últimas décadas, o turismo no Brasil tem se apresentado como um dos caminhos da retomada para uns e edificação da economia para outros, sendo setor normalmente associado a termos como “emprego e renda” em uma agenda de apoio à cultura, lazer e qualidade de vida, e em muitos casos a uma transformação positiva quase “milagrosa” e instantânea de regiões isoladas (rurais e litorâneas), como também em pequenas e grandes cidades.

Em regiões de apelo paisagístico turístico natural e cultural, mas com histórico déficit de desenvolvimento socioespacial em diversos campos, como é o caso de muitas cidades do Nordeste brasileiro, a maneira como a atividade turística discursivamente se apresenta e como ela realmente se desenvolve acaba por oferecer um campo de reflexões importantes sobre a relevância e o alcance das ações do fenômeno. Principalmente quando se trata de relações entre turistas e residentes; das dinâmicas de espaços turísticos e citadinos para lazer, moradia e trabalho; dos processos de integração/segregação do turista com o destino, neste caso especificamente, em conglomerados urbanos.

Com o intuito de melhor compreender as capitais nordestinas e suas interfaces com o turismo, aqui representadas especificamente pelas cidades de Recife-PE e Natal-RN, realizou-se uma pesquisa no canal de notícias oficiais do Ministério do Turismo [MTUR] entre os meses de novembro de 2015 e os primeiros dias de verão de 2016. A partir dela, listaram-se matérias divulgadas nesse mesmo período (11/2015 a 02/2016) e que foram importantes para a atividade turística nos 09 estados do Nordeste brasileiro, sendo possível ressaltar:

– Chegou a hora do turismo, afirma ministro; Brasil é o destino de 9 em cada 10 turistas nacionais; Turismo apoia reforma de Mercado Municipal de Itapuã, em Salvador; Novo calçadão impulsiona turismo em João Pessoa; Natal reinaugura polo gastronômico com apoio do MTUR; Turistas norte-americanos são maioria em Recife; Fortaleza é a cidade brasileira que mais evoluiu em aspectos sociais; É Natal em Natal! Em ritmo de verão, a cidade comemora 416 anos; Belém, Salvador e Santos no ranking da Unesco; As 10 fotos mais curtidas do Turismo (7 delas são em destinos nordestinos); Rio Grande do Norte ganha destaque em guia internacional; Lazer é a principal motivação do turista estrangeiro que visita Natal; Salvador: a capital da hospitalidade; Fortaleza: a capital dos americanos; Três parques aquáticos do Brasil (sendo um deles o Beach Park – CE) inauguram novos brinquedos para o verão; Maior parte dos viajantes de Recife embarca de ônibus nas férias de fim de ano; Cinco destinos nacionais que serão tendência em 2016 (2 deles são localizados no Nordeste); Artesanato é tema de Seminário no Maranhão; Aracaju é premiada pela valorização da cultura em prêmio de competitividade; Fortaleza destaca-se pelo progresso em competitividade; Maceió celebra 200 anos com shows e desfiles. (MTUR, 2015 e 2016, n.p.)

Tais matérias, com destaque para a recorrência nas capitais nordestinas – evidenciam o forte apelo que essa atividade tem na região, que atualmente concentra alguns dos destinos mais visitados e massificados do país, tanto por turistas nacionais como por estrangeiros. As motivações dessas viagens são das mais diversas e muitas vezes integradas, com roteiro de sol & praia, cultura, eventos, aventura, ecológico, de relaxamento. Motivações que deixam, por exemplo, as cidades de Natal (6º lugar) em destaque por atrativos naturais e Recife (3º lugar) pelo seu acervo cultural, segundo o Índice de Competitividade do Turismo Nacional de 2015 (MTUR, 2015).

Esses resultados dialogam com o discurso político e a agenda governamental de grande parte dessas capitais, que se debruçam sobre a possibilidade de consolidar-se – em um mercado cada vez mais competitivo que é o do turismo – enquanto destino atraente não apenas para turistas, mas também para investidores, principalmente internacionais. Essas cidades buscam tornar-se cenários perfeitos para a implantação de projetos turísticos, como parques aquáticos, condomínio de segunda residência, além dos consolidados meios de hospedagem de bandeira estrangeira, alvo de grupos imobiliários, entre outras propostas.

Interesse tal que fez em diversos quesitos, capitais como Salvador-BA, Recife-PE, Fortaleza-CE, Natal-RN e São Luís-MA, apresentarem resultados entusiastas no relatório do Índice de Competitividade do Turismo Nacional de 2015, apresentado pelo MTUR, em parceria com o SEBRAE Nacional [Serviço Nacional de Apoio à Micro e Pequena Empresa] e a FGV [Fundação Getúlio Vargas]. Positividade também expressa no salto do Brasil, que em 2015 saiu de 51º para 28º no ranking de competitividade turística pelo Fórum Econômico Mundial.

Com esses dados, relacionados com as formas de difusão de notícias, publicidade e propaganda sobre destinos, torna-se possível apreender uma visão um tanto quanto paradoxal. Por um lado, é possível ter uma visão otimista, porém de certo modo “reducionista” (Barretto, 2000), sobre a maneira como o mercado turístico se desenvolve nessas capitais. Por outro, notam-se discursos apologéticos, mas também depreciativos e estigmatizados sobre a realidade. O que parece no mínimo contraditório, sobretudo se lermos os principais jornais *on-line* de cidades como Recife e Natal no mesmo período em que foram publicadas as notícias apresentadas pelo MTUR (novembro de 2015 a janeiro de 2016).

Na capital de Pernambuco, Recife¹, os jornais noticiam: *Mobilidade urbana: cidades a pé, quem compra essa ideia?; Carnaval de Pernambuco é palco de reality show; Projeto leva piano ao Recife Antigo e convida profissionais a tocar frevo na rua; Maracatus e Caboclinhos abrem os ensaios para o Carnaval 2016; Museu da Cidade do Recife oferece oficina de cartonaria; Assalto a policial aposentado acaba com tiros e morte na Av. Boa Viagem; Ônibus bate em carro, atropela pedestre e derruba árvore em Boa Viagem.*

¹ Notícias extraídas respectivamente de: blogs.diariodepernambuco.com.br; www.joaoalberto.com; <http://www.diariodepernambuco.com.br>; www.terramagazine.com.br; www.cbnrecife.com; www.jornaisnoticias.com.br; noticias.ne10.uol.com.br

Em Natal² observa-se: *Estoque da vacina contra a Hepatite “B” está zerado; Burocracia na porta do carnaval; Exames confirmam relação entre a Zika e casos de microcefalia no RN; Movimento nas praias é baixo no feriado de Natal; Quadrilha faz arrastão em residência na Zona Sul de Natal; Av. Ayrton Senna sem faixa de pedestre causa transtorno à população; Navio Europeu de Alto Luxo atraca no Porto de Natal.*

Essas cidades são, ora apreendidas em uma agenda progressista, de desenvolvimento, integrando-se ao turismo, ora mergulhadas em diversos dramas cotidianos – carências na área da saúde, segurança, mobilidade, infraestrutura, educação, entre outros.

Essa exposição foi imprescindível para justificar a necessidade de entender de que forma a atividade turística se desdobra em capitais nordestinas, reconhecendo seus personagens. Buscamos entender ainda como se dá a dinâmica social, que interpretação pode-se ter na percepção da paisagem que envolve a relação do turista com a cidade. É preciso saber em quais espaços circulam – qual o grau de integração ou segregação se impõe nessa relação - tendo em vista que, sob uma inicial observação, parece estarmos falando de cidades-paisagens turísticas distintas das cidades-paisagens cotidianas.

Nossa visão depende da localização em que se está (**se sou turista ou residente**), se no chão, em um andar baixo ou alto de um edifício, num miradouro estratégico, num avião... a paisagem toma escalas diferentes e assoma diversamente aos nossos olhos, segundo onde estejamos, ampliando-se quanto mais se sobe em altura porque desse modo desaparecem ou se atenuam os obstáculos à visão, e o horizonte vislumbrado não se rompe ([parênteses grifo meu], Santos, 1991, p. 61).

Tudo isso aponta para inquietações como:

- Quem viaja a qualquer uma das cidades que se apresentam como destinos turísticos acaba por conhecer esses lugares em sua essência ou é influenciado (em

² Notícias extraídas, respectivamente, de: www.tribunadonorte.com.br; www.tribunadonorte.com.br; <http://novojournal.jor.br>; www.tribunadonorte.com.br; 190rn.com; www.diariopotiguar.com.br; blog.tribunadonorte.com.br

muitos casos conscientemente) e manipulado para uma experiência controlada de viagem, que incorre em representações de paisagens espetacularizadas?

- Estão(são) estranhos, alheios à dinâmica – nem sempre tropical e vibrante – dessas cidades litorâneas?
- Quem conhece os principais destinos internacionais, mesmo guiado por um roteiro turístico preestabelecido, se permite, ou pelo menos não é impedido de ultrapassar a barreira do local de consumo turístico e dialogar com o extrato vivo daquele lugar – o residente e seu espaço, sua cultura, até mesmo suas dificuldades e resistências?
- Na mesma medida, o residente tem acesso livre e equitativo às paisagens, aos atrativos, aos espaços de lazer turístico? Esse compartilhamento é harmonioso?

Não há como negar que a paisagem deve destinar-se, primeiro aos habitantes, sem detrimento, é claro, da partilha com os de fora. Isto significa que políticas oficiais de preservação e valorização de paisagem que não passem pelo eixo do cotidiano e do trabalho estão, já de início, comprometidas ou são suspeitas (Meneses, 2002, p. 60).

Refletir sobre essa paisagem, buscando entender os processos de integração-segregação turística, é então o foco deste trabalho. Estudo que se desdobra sobre as representações dos visitantes em relação à experiência de viagem. Essas representações – maneiras de extrair julgamentos e entendimentos sobre a paisagem de Recife e Natal – avançam a partir da ideia de que “a geografia não está apenas em toda parte, mas também nas representações a respeito das paisagens [...], as quais são, simultaneamente, reflexos, meios e condições sociais” (Corrêa & Rosendahl, 2009, p. 8). Entendimento também que assume a paisagem como forma de observar, entender – registrar o vivido, uma “cena” (Melo, 2009), que dá coesão às telas imagéticas produzidas pelo sujeito.

Tais cenas serão aqui extraídas de meios de representação socioespaciais inspirados na paisagem, a partir de registros (Vlogs de Viagem³) postados por turistas em site de compartilhamento de vídeos (youtube.com). Isso porque são um aparato importante das cidades, selecionadas por reconhecer, de início, que representam significativamente a oferta, a segmentação e a estrutura turística do Nordeste brasileiro. Recife enquanto forte destino de turismo cultural, histórico, de eventos e com elementos do sol e praia, e Natal pela particular estrutura de sua área funcional turística e atrativos naturais ofertados também, e essencialmente, vinculados ao turismo de sol e praia.

Esse objeto é aqui alvo de uma análise de conteúdo a partir de variáveis que ajudam a perceber a dinâmica turística nessas duas das principais cidades turísticas da região, as quais passaram por significativas transformações urbanas e novas dinâmicas socioespaciais nas últimas décadas.

O processo de “urbanização” ocorrido nos últimos quarenta anos nas cidades nordestinas tem mudado o espaço de socialização da população e, conseqüentemente, a forma como a mesma se relaciona e se organiza em sociedade. As apropriações sociais dos espaços públicos e as relações de vizinhança, bem como a maneira de imaginar as cidades vêm transformando-se e adaptando-se no decorrer desse processo (Campos, 2014, p. 100).

Analisar essas imagens - que decorrem dessa urbanidade em transformação - permite entendê-las como um artefato importante para interpretar o sistema social e as relações espaciais (Barbosa & Cunha, 2006). Aspecto que alimenta o principal interesse em conduzir um olhar sobre essas narrativas audiovisuais - a situação socioespacial que a constrói.

Esses vídeos – por mais que não tenham um compromisso social, antropológico, de debate oficial sobre a experiência do vivido – com um método de pesquisa arquitetado, ou proposta de aprofundar reflexões, e entendimento de si e do “outro” (distanciamento) –

³ O termo vlog pode ser compreendido como uma simples abreviação de “vídeo + blog”, consistindo em um vídeo normalmente publicado em um blog particular ou em canais abertos de postagem fílmica (onde o vlogger tem seu perfil). Essa prática vem sendo bastante utilizada também para registros de viagem, em que o turista sintetiza em vídeo as principais atividades de sua viagem, a partir de uma simples narrativa.

formam um acervo de experiências que referenciam também a captação da imaginação geográfica sobre as paisagens da cidade turística.

Mesmo entendendo que cada vídeo é resultado de paisagens e situações escolhidas pelo seu observador (seu panorama e alcance de visão), “a miniaturização de objetos dispostos em um espaço emoldurado leva a imaginar o espaço extramoldura” (Cauquelin, 2007, p. 141), o contexto para além do enquadramento. Pensando assim, tal estudo reconhece que analisar a paisagem turística nesses moldes advém da ideia de que:

Paisagem tem, tradicionalmente, um espaço mais específico, ligado, primordialmente, ao espaço abarcado pela visão de um observador (e, por extensão, e em claro diálogo com as tradições das artes plásticas, também à representação visual e pictórica de um determinado espaço, a partir de uma perspectiva de voo de pássaro ou de um ângulo privilegiado qualquer) (Souza, 2013, p. 43).

E nesse voo sobre essa cidade socialmente concebida pela experiência dos turistas que nela circulam – a partir das produções audiovisuais sobre ela, acredita-se ser possível encontrar formas de desvendar/elucidar/compreender essa relação do turista com a cidade e seu povo. “A pintura, a fotografia, o cinema, [...] são instrumentos fundamentais de conhecimento da paisagem enquanto representação. Tendem a revelar seus caracteres estruturais por meio da interpretação ou do caráter excepcional da visão [...] nos permite, enriquecer a paisagem” (Costa, 2005, p. 84).

Essa representação da paisagem geográfica (aqui sendo o registro de viagem), a partir do debate com o turismo, surge de uma realidade comum no controle de muitas cidades ao redor do mundo. A recorrência está na disparidade de experiência do vivido pelo morador daquela cidade e do visitante daquele destino. Situação que nos faz perceber a corriqueira existência de espaços requintados e sofisticados cercados por um entorno pobre, formando cenários paradoxais e dicotômicos.

Para tanto, um questionamento se faz diante dessa distinção de realidades em um mesmo lugar: - Muitas são as pessoas que voltam para sua casa com a certeza de que conheceram essa ou aquela cidade. Ou será que conheceram apenas o destino turístico?

Sem resposta imediata, o que se percebe é a ascendência do modelo de apropriação de paisagens urbanas pela atividade turística sem uma política pública preocupada com a gestão do “encontro” entre visitantes e residentes. Gestão essa que deveria ter a obrigação de melhorar não apenas da infra e superestrutura turística (Beni, 2001), mas de reconhecer o valor do entorno e daqueles que lá vivem. Eles são os primeiros, quando não os verdadeiros locadores da paisagem. Porém, enquanto tendência do turismo no século XXI, observa-se:

Que o mundo dispõe de grande arsenal de recursos tecnológicos, e essa tecnologia tem sido aplicada significativamente no turismo. São exemplos: a implantação de parques temáticos [...] e dos mega atrativos artificiais, além da aplicação aos serviços e ao transporte. Tudo isso tem sido apropriado pelos grandes investimentos de capitais e subordinados aos grandes centros de decisão do capitalismo corporativo global. É o espaço da globalização do turismo (Xavier, 2007, p. 52).

Essas paisagens artificializadas são criadas muitas vezes na lógica economicista vigente de “livre comércio”, que atinge até as regiões mais isoladas e frágeis política, social, ambiental e economicamente do planeta. A iniciativa privada (do entretenimento e imobiliária) de países desenvolvidos comumente desestrutura a economia de regiões onde se instala e atua. E acaba por reorganizar e homogeneizar práticas sociais e implementar segmentos turísticos que também favorecem a fragmentação e a segregação socioespacial. Quanto a essas pressões, Krippendorf (2003) alerta:

Os mais prejudicados são os países mais pobres (**caso da região nordeste do Brasil**), que com mais urgência necessitam de divisas. Sendo menos desenvolvidos, são obrigados a importar mais, para ter condições de satisfazer as normas turísticas internacionais. Nos casos mais extremos, esses países veem desaparecer, assim, de 80% a 90% das receitas em divisas estrangeiras ([grifo meu], p. 74).

Para além da entrega ao estrangeiro, no caso dessas regiões mais vulneráveis, percebe-se a decadência das economias tradicionais. O turismo então se apropria do território rapidamente a seu rigor, visto sua grande capacidade organizativa e de investimento, que tem como pilar o capital, a informação e a tecnologia (Gallero, 1996). Em uma racionalidade dominante que busca e facilmente consegue se impor, tais empresas transnacionais ou multinacionais (Youell, 2002), se inserem, em muitos casos, em regiões emergentes. Locais que as recebem com os mais “generosos” incentivos fiscais para se instalar. Elas então “são apresentadas como salvadoras dos lugares e são apontadas pelos seus aportes de emprego e modernidade” (Santos, 2000 citado em Gomes, 2008, p. 482).

Todavia, em vários casos, dentro e fora do turismo, oferecem postos de trabalho com salários inferiores, e não apresentam compromisso com o futuro e a qualidade de vida dos moradores do lugar onde se inserem (impactos diversos – ambientais, sociais, e até mesmo sua desistência e saída do país, quando considerar o investimento desinteressante). É nesse contexto neoliberal de abertura ao investimento internacional indiscriminado que muitas vezes se consolida a atividade turística em determinados destinos, onde o:

Processo de expansão e de movimentação de recursos não ocorre de forma igualitária e homogênea, mas de modo concentrado e desigual, sobretudo quanto à apropriação da riqueza gerada no interior desse processo, pois detêm o controle maior da atividade [...] os agentes do capital internacional que gerem o negócio turístico (Azevedo, Locatel, Silva & Gurgel, 2013a, p. 3).

Em alguns desses lugares, a discussão acerca da liberdade, democracia e participação como meio e resultado desse processo, já se consolida. Entretanto, ainda assim é comum a transposição de modelos e ações baseadas apenas no viés econômico, e em países ricos que mais emitem e recebem investimentos e visitantes do globo.

Nessa transposição de modelo, focando em áreas funcionais especificamente turísticas, a negligência com o entorno é recorrente, firmando seu impedimento silencioso em

participar das decisões e dos espaços turísticos. E quando isso ocorre nas médias e grandes cidades, como é o caso das estudadas nesta pesquisa:

o desenvolvimento da atividade turística no meio urbano apresenta-se como desafio que transcende ações meramente publicitárias. Corresponde a mais uma função nas redes da cidade, que naturalmente demanda arranjos na organização física e no campo social e político. Consequentemente, divide pauta com outras questões urbanas, antes centradas em assuntos exclusivos da vida de residentes (Chemin, 2011, p. 61).

Enquanto fenômeno social e econômico com forte poder de modelar, o turismo transforma o que toca. Sendo assim, a atividade pode ser um grande alavancador de melhoria social, preservação de recursos naturais e culturais, a partir de uma agenda em favor da apropriação de espaços e participação do residente na gestão das cidades, nessa caso turísticas. E nas capitais nordestinas, é desse discurso otimista que se alimentam as propostas de apoio ao avanço da atividade (principalmente nos palanques pré-eleitorais). “A pro-tourist position is held by many planners of marginal economies who look to tourism as a new way to make Money”⁴ (Maccannell, 1999, p. 162).

É perceptível na realidade brasileira a criação de conselhos municipais a partir principalmente da formatação de polos turísticos. Entretanto, inúmeros são os casos em que o mau planejamento, a limitada ou desarticulada participação popular nesses canais, além do acelerado desejo de vislumbrar os louros de um modelo turístico duvidoso, provocaram impactos. Problemas esses que alcançam o meio ambiente, a preservação dos traços culturais, paisagísticos, arquitetônicos, gerando desterritorialização de grupos (comunidades tradicionais, por exemplo), antes presentes nas áreas escolhidas pelo investimento do turismo.

Como resultado, pode-se observar a criação de destinos onde o envolvimento dos agentes locais (representantes de classe, organizações não governamentais, instituições de

⁴ Uma posição pró-turística é mantida por muitos planejadores de economias marginais que olham para o turismo como uma nova maneira de ganhar dinheiro.

ensino superior – a sociedade civil organizada) é aquém do esperado. Relega-se o fortalecimento de um turismo mais endógeno e inclusivo, em que as feições, interesses e valores dos sujeitos do lugar seriam prioridade – resultando no primeiro passo de um processo de segregação – muitas vezes profunda.

A população pode ser excluída de diversas formas pela atividade turística. E certamente a primeira delas é a de sua autonomia na participação, no envolvimento com a decisão sobre como idealizar, planejar e conduzir o seu entorno – agora conhecido como destino turístico potencial ou real. Tal segregação é resultado de diversas circunstâncias. Sendo uma delas a postura dos representantes dos interesses hegemônicos que participam das decisões relativas à forma de produção, ordenamento e promoção da integração dos espaços turísticos com os demais espaços e sujeitos das cidades.

Enquanto, por um lado, o setor público (com representantes no campo do turismo por vezes fragilmente capacitados, mas que oficialmente defende os interesses dessa população que está ou estará em breve fora do perímetro urbano onde se concentra o turismo,) acaba por não compreender que:

É responsabilidade do planejador optar por concentrar os benefícios econômicos do desenvolvimento turístico em poucas mãos ou difundi-lo para todos os setores da sociedade local, elevando o nível econômico da população como um todo. Como consequência, eleva sua qualidade de vida, diminuem as diferenças sociais, os conflitos, a violência (Mendonça, 1996, p. 24).

De outro lado, observa-se a região captada e estruturada da cidade agora com significativo fluxo turístico, mais espetacularizada, e distinta, ora genérica, ora particularmente envolvente e exótica:

Um universo perfeito demais, artificial, apenas um fragmento, uma montagem que quase sempre se distancia muito da realidade. Um ambiente de férias repleto de superlativos em cor-de-rosa é o que as pessoas gostam e pedem. Ninguém poderia afirmar seriamente que os

clichês iludem o mundo. No entanto, parece que é agradável deixar-se seduzir perpetuamente por eles (Krippendorf, 2003, p. 41).

Enquanto o residente se depara com uma barreira – ora invisível, ora concreta – que o separa dos espaços turísticos (que em muitos casos antes lhes pertenciam), o que está além desse muro é o exercício em diversos momentos da descaracterização de sua representação cultural pelo turismo (Figura 2 – simulação do deserto do Saara em litoral potiguar). Atividade que, atendendo aos interesses dos gestores do turismo e da segmentação de mercado, pode também aumentar e alongar esse muro. Barreira criada quando valoriza práticas turísticas que exigem pouco ou nenhum contato com o residente, ou quando concentra a venda de produtos e serviços turísticos em agências de viagens emissivas ou receptivas que dificultam a autonomia do turista nas oportunidades de contato livre com o destino.



*Figura 2. Passeio turístico em dromedários nas dunas de Jenipabu – Extremoz/RN.
[Fotografia] Recuperado em 20 de junho de 2016, de <http://www.dromedunas.com.br>*

Essa muralha, nem sempre apenas imaginária (existem verdadeiros muros isoladores), deixa o turista à margem do convívio fluido do urbano (população local e comunidades tradicionais). Na mesma medida também inibe o trânsito do residente, que tem seu espaço determinado pelas forças do capital. “Deixado quase exclusivo jogo do mercado, o espaço

vivido consagra desigualdades e injustiças e termina por ser, em sua maior parte, um espaço sem cidadãos” (Santos, 2007, p. 59).

Criam-se, de fato, cidades fictícias (aproximação ao conceito de pseudo-lugares de Cruz, 2007) – diferenciadas de seu entorno – que ocupam o mesmo espaço da cidade “original”, mas que possuem em sua trama urbana guetos turísticos. Locais onde o visitante mais ingênuo crê estar diante de uma cidade “encantadora”. Ou ainda teremos o turista que consome a paisagem turística, “acompanhado de um senso de ironia, pois [...] está consciente de tratar-se de um produto fictício, mas extremamente prazeroso e excitante, o que não diminui ou desvaloriza o produto de consumo” (Da Silva, 2004, p. 30).

É preciso deixar claro que este trabalho – mesmo considerando o papel do consumismo desenfreado e frenético que também acomete a demanda turística – não pretende debruçar-se sobre os debates e algumas certezas radicais e polarizadas. Reduccionismos por ora arrogantes relativizados sabiamente por autores como Figueiredo (2010, 2012) acerca do “bom turista”. Aquele visitante (para alguns – viajante – Urbain, 1993) que seria intelectualizado e busca cultura e encontro com a natureza em uma experiência espontânea, diferentemente (Christin, 2008) do “mau turista”. Personagem que se apresentaria – principalmente o de comportamento de massa – como alguém de mau gosto, comportamento superficial, pouco reflexivo. Figura essa estereotipada equivocadamente, segundo Figueiredo & Ruschmann (2004) ,como “ridícula, folclórica”, e que tem nessas interpretações “a not neutral ideology” e um “pejorative sense” (McCabe, 2009, p. 33).

A ideia é usar a paisagem extraída dos vlogs. Vídeos que de certa maneira (como outras linguagens) “falam mais que a memória e participam ativamente das impressões dos turistas sobre os locais por onde passam” (Figueiredo & Ruschmann, 2004, p. 23). Essa paisagem servirá para debater sobre como o destino se mostra, e a dinâmica socioespacial ditada (poder público e privado) nessas capitais turísticas que se refletem nesses trajetos,

cenários dos dias de férias desse turista. Não se pretende aqui julgar o turista, seja ele mais crítico e focado em uma experiência autêntica; ou sendo turista manobrado que se insere em uma representação distanciada de destino, ou ainda aquele “pós-turista” de Feifer (1985) e Urry (2001), sujeito esse que compreende que sua experiência turística de alguma forma é artificializada, mas que conscientemente e sob concordância, aceita e consome.

Na verdade, a partir do sujeito turista, o trabalho promove uma discussão sobre os cenários-cidade com que o turista dialoga. Cidade onde é possível encontrar uma população claramente desvalorizada, perdedora de espaço para o poder do capital turístico, e que segue o caminho da periferia, do gueto, da marginalização, do desemprego, da segregação até dos seus valores, cultura, história – à margem do cenário espetacular e apoteótico do turismo.

Esses problemas tornam-se mais evidentes em destinos turísticos de pequeno porte. Entretanto, podem ser claramente observados em grandes cidades. A partir de caros projetos em extensas faixas de areia e seus calçadões, a gestão acaba por indicar uma estrutura turística singular – e em alguns casos quase que exclusiva. Nela o serviço de segurança, iluminação, transporte e lazer são os mais ordenados e modernos, porém distintos dos ofertados para a grande população residente.

O grau de segregação pode chegar a níveis alarmantes, resultando no que Gomes (2013) chama de fragmentação socioespacial, em que a ideia de distinção de grupos recria verdadeiros espaços de autosegregação (Spósito & Góes, 2013). Nessa dinâmica se observa o total isolamento em uma área específica “protegida” e de domínio normalmente privado. Esse sítio dá aos seus transeuntes (condomínios residenciais ou áreas funcionais turísticas exclusivas, por exemplo) a sensação de liberdade e limpeza, à medida que varre qualquer vestígio (pessoas, arquitetura e dinâmica) da espontânea construção anterior da paisagem, agora entregue ao consumo do espaço urbano turistificado.

Nessa diversidade urbana, é fundamental analisar “novos papéis e funções das aglomerações, padrões de acessibilidade e integração/interação espacial conduzidos pelo meio-técnico-informacional, hierarquizações variáveis e dinâmicas nas redes urbanas” (Melazzo, 2013, p. 3). Mediante nova realidade, novas redes podem transformar radicalmente cidades inteiras, ou partes importantes delas.

Do que constituiu essas paisagens ocupadas pelo turismo, às vezes resta muito pouco ou nada. A não ser a parcela local que se insere na atividade em empregos (por vezes temporários e/ou subempregos), e pequenos elementos desse passado – que também são apropriados pelo turismo, e servem de recursos para a experiência fictícia turística. O que se apresenta agora nessa paisagem é a negação de sua condição cultural, identitária, e muitas vezes econômica e social, anterior à chegada da atividade.

E essa negação, aqui promovida pela omissão do poder público para com ações mais harmoniosas, em favor de uma ação economicista do *trade* e pela sua atuação na segmentação de mercado, torna a fragmentação da experiência turística no urbano ainda maior quando a configuração territorial da cidade colabora para a criação de enclaves isolados do turismo. É comum encontrar cidades onde sua própria configuração dificulta a entrada de residentes na área funcional turística e acaba por inibir a saída do turista dessa mesma área. O resultado é que, pelo seu fluxo de trânsito, visitante restringe-se a um olhar reducionista, por ora direcionado e forjado sobre a cidade.

Inseridos nessa área e dinâmica turística, onde a experiência de viagem é orquestrada para o “desencontro” entre turistas e cidade, em que o autóctone encontra-se na condição de estranho em sua própria cidade, são eles enquadrados pelo turismo como os novos estrangeiros. Eles estariam alheios a feliz trama turística, espécie de “pessoas que não se encaixam no mapa cognitivo, moral ou estético, portanto, por sua simples presença, deixam

turvo o que deve ser transparente [...] elas poluem a alegria com a angústia” (Bauman, 1998, p. 27).

O resultado é uma relação superficial, e manipulada da viagem, pelos operadores turísticos. Normalmente, o turista não aprende quase nada acerca do cotidiano das cidades visitadas. Sendo esse o objetivo ou não de sua viagem, ele acaba por “proteger-se” nas áreas tocadas pelo fenômeno turístico. Esse que cria e recria cenários para atender exigências e expectativas incutidas no turista antes de sua viagem.

A viagem ganha status de filme com cena em *replay*, que reproduz exatamente todas as fantasias – em muitos casos, distante da realidade local – assumidas no momento da compra da viagem. “Assim, nascem as localidades turísticas de operetas que não têm mais nada a ver com a realidade e não passam de meras montagens de cenários artificiais” (Krippendorf, 2003, p. 55).

Em vários destinos turísticos de países subdesenvolvidos, essa padronização de espaços e descaracterização da cultura local, se delibera pela escolha do uso do *simulacro*⁵, e não da realidade local. Parece ser mais eficiente (poder público e privado) ordenar em todos os aspectos o espaço, desconsiderando potenciais culturais locais, e com maior esforço na maquiagem de dramas socioespaciais (Silva, 2011).

Essa experiência criada pelo capital turístico ultrapassa a ideia de *fake*, consolidando uma vivência em que o turista compra experiências fictícias, moldadas para a perfeita fluidez dos acontecimentos antecipadamente comprados e que devem remeter fielmente ao destino idealizado e espetacularizado na compra. Mesmo que esteja aquém de uma experiência espontânea e autônoma sobre a cidade visitada. Quanto a isso, percebe-se um distanciamento da realidade local e um investimento do capital turístico em simulacros – “modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (Baudrillard, 1991, p. 8).

⁵ Termo criado pelo filósofo Platão e estudado na sociedade pós-moderna de consumo por Baudrillard (Simulacro & Simulação, 1991).

Essa hiper-realidade (quando tratada no viés turístico) poderia ser entendida de maneira reducionista como a força do capital turístico que edifica “verdadeiras cidades fictícias” e suas propagandas publicitárias que hipnotizam o turista (muitas vezes consciente do simulacro que comprará) ainda quando está olhando a tela do seu computador ou na sala de espera de uma agência de viagens. E ao chegar a esse destino, a vivência ocorrerá sobre um espaço com rugosidades⁶. Local representado aqui por um possível patrimônio da história, cultura, economia, do passado dessa cidade revisitada e coisificada para o turismo, alinhado a um mesmo espaço tido como moderno, sendo essa coabitação do passado e presente, enquanto produto-destino de consumo, um traço da contemporaneidade.

Quando não, a cidade sofre uma reestruturação (Soja, 1993), depois de um choque (nem sempre longo) entre as antigas economias e o turismo. A paisagem então sofre metamorfose para além da estética, também em seus arranjos econômicos, sociais, culturais e ambientais. Elimina-se o passado e se permite a ação do capital hegemônico contemporâneo (normalmente internacional) que experimenta o domínio “de uma força capaz de invadir qualquer outro sistema já instalado” (Santos, 1991a, p. 36).

E sendo esse outro sistema precedente de alcance local e carente (como acontece em diversos destinos urbanos, litorâneos e rurais do Nordeste do Brasil), o processo de desterritorialização ainda mais veloz. Ao invés de uma gestão da experiência urbana e turística participativa, concretiza-se um viver e “turistar” de modo exógeno e excludente. Modelo esse em boa medida observável nas capitais turísticas do Nordeste aqui analisadas.

Querendo, então, interpretar as paisagens representadas pelos registros de viagem, discorrendo sobre o processo que permite a integração/segregação dos turistas com as cidades de Recife-PE e Natal-RN, a pesquisa apresenta a sua HIPÓTESE:

⁶ Termo usado por Milton Santos, que entende *rugosidades* como elementos do passado presentes na paisagem, e que representam a acumulação de arranjos produtivos impressos no espaço que por ora são superados, sobrepostos por outras dinâmicas (Santos, 2012, p. 140).

- O processo de integração/segregação do turista em capitais nordestinas (Recife-PE e Natal-RN) se apresenta em uma paisagem com dinâmica socioespacial distinta em cada uma delas. Essa distinção é determinada pelo planejamento urbano da cidade, ação dos poderes público e privado sobre a segmentação turística, além das particularidades da configuração territorial da cidade.

Essa hipótese sinaliza processos de integração/segregação, onde Recife é assimilada como um cenário de certa maneira (ênfase na perspectiva turística) mais integrador – cidade com maior aproximação entre visitantes e residentes e maior diálogo do turista com paisagens da cidade. Em outra perspectiva, Natal seria representada por um certo enclave e isolamento turístico, a exemplo de sua Via Costeira identificada como cenário de segregação-fragmentação socioespacial entre turistas e residentes.

Com a pretensão de comprovar essas conjecturas, a pesquisa realiza uma associação entre paisagem e turismo, tendo em vista que sua interface está diretamente ligada às experiências turísticas registradas em vídeo pelo turista. Com isso, espera-se comprovar a hipótese anteriormente levantada a partir de uma análise de conteúdo com uso de dimensões apresentadas no percurso metodológico desta pesquisa.

As experiências turísticas dos vídeos aqui selecionados e analisados, assim como outros registros, “estão recheadas de elementos socioculturais, ambientais e econômicos, às vezes integrados, às vezes antagônicos, cuja combinação se reflete nas paisagens” (Milagres & Souza, 2012, p. 59). A análise deles serão feitas por meio de um modelo criado para apresentar duas possíveis perspectivas de integração-segregação de turistas em (apresentadas a posteriori) capitais turísticas do Nordeste brasileiro.

Perspectivas essas que permitem à pesquisa uma reflexão sobre o turismo em Recife-PE e Natal-RN, entendendo também a importância da representação do audiovisual para

investigações dessa natureza. O trabalho reconhece o audiovisual como traço do hoje, e que o registro de viagem sintetiza a experiência sobre a paisagem turística (com destaque aqui para o turismo de massa), imprimindo liberdades e integração, mas também simulacros, estetização e novas dinâmicas espaciais.

Dessa forma, levanta-se a pergunta-problema: **Como se apresenta o processo de integração versus segregação de turistas em capitais nordestinas a partir de vídeos de registro de viagem de turismo doméstico e de massa (2014-2016)?**

Assim, os objetivos da pesquisa são:

Objetivo Geral:

- Analisar o processo de integração versus segregação de turistas em capitais do nordeste brasileiro (Recife-PE e Natal-RN), a partir de paisagens representadas em vídeos de registro de viagem de turismo doméstico e de massa (2014-2016).

Objetivos Específicos:

- Apresentar duas perspectivas de integração versus segregação do turista doméstico em cidades turísticas, debatendo sobre a interface entre turismo e desenvolvimento.
- Identificar as evidências de integração versus segregação do turista com a cidade expressas nas representações das capitais nordestinas de Recife-PE e Natal-RN;
- Espacializar elementos e processos intrínsecos a uma geografia do turismo sobre as capitais estudadas, com foco na sintetização das paisagens extraídas dos registros (vídeos) de viagem.

Justificativa: os porquês do (des) encontro do turista com a cidade

Índios de um Brasil quase invisível o tornam visível ao mostrarem sua relação com a natureza juruna; Colônia caiçara de pescadores é vítima de pressões do capital; Uma jovem que sonha em dançar se vê aprisionada a uma vida sem perspectivas no calçadão da praia urbana; Um jovem cheio de medos se vê encantado por um mundo novo ofertado por turista estrangeiro; A exuberância de um Rio de Janeiro tropical questionado pelas ruelas – agora também “turísticas” – de uma favela pacificada; Road movies num nordeste revisitado; Road movies no litoral bucólico de um sul fronteiro; Tradição e conflitos à margem do Rio São Francisco; A Natal de um rio sujo e seus favelados sem horizonte; Lendas sustentadas pelas palafitas do Rio Amazonas; A alegria e sofisticação de uma Barra da Tijuca de espigões; O descaso e a marginalidade afro de um Pelourinho pré-turistificado; A arte e a corrupção da Brasília punk; Uma São Paulo frenética e feliz, mas também palco de manifestações e desapropriações; Festa de Reis em Parati; Festa da Menina Morta no Amazonas; Festa Rave no litoral paulista; Um carnaval carioca que ilustra; Um carnaval baiano que segrega; Um carnaval pernambucano que agrega.

Essas variadas histórias e histórias inicialmente citadas apresentam uma diversidade de enredos e roteiros cinematográficos nacionais (ficções e documentários) do século XXI – que elevam paisagens de diferentes regiões e representações socioespaciais do Brasil. Seus enredos muitas vezes têm como pano de fundo: ações de poder e opressão, de identidade e diferença, mobilidade e engessamento, de traços e relações locais; ou ainda a força da influência internacional, de abertura e proteção, e que se mostram aqui como fonte representativa – uma “janela sobre a realidade” (Azevedo, 2009, p. 96). Tais produções permitem reflexões sobre as paisagens apresentadas nesses vídeos. Inquietação maior se dá – ao apreciar tais filmes, quando posteriormente se realiza uma breve comparação com o

discurso turístico, a experiência do turista nessas cidades, agora destinos, antes filmados pelo cinema, e agora pelo visitante.

Visitante esse que, em registros de férias – fotografias, blogs, depoimentos em sites de viagem, e, mais recentemente, em seus Vlogs de viagem (Figura 2), emoldura em suas memórias e publicações cidades “perfeitas”. Seriam destinos tomados por um “suposto” equilíbrio social-ambiental-econômico-cultural distinto. Cidades essas assimiladas numa experiência turística do viajante muitas vezes orquestrada e gerida para a manipulação do olhar, do sentir, do dialogar com as realidades cotidianas cidadinas.

Possíveis são os casos em que pouco ou nada se parecem os relatos e registros turísticos com o apresentado pela cena fílmica nacional, mas também com o retratado por outras manifestações artísticas, como a música, a literatura, as artes plásticas. Isso se torna ainda mais evidente quando se alinham essas experiências turísticas aos canais de informação. A exemplo disso, temos as matérias de jornais televisivos, radiofônicos, impressos, ou on-line – que mostram uma cidade desigual, por ora violenta e contraditória, multifacetada, díspar e isolada do reconhecido pelo turista.



Figura 3. Frames de Vlogs postados no YouTube [Arquivo de vídeo] Recuperado em 22 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Essa realidade de experiências possivelmente manipuladas e distanciadas pode ser evidenciada em destinos turísticos do nordeste do Brasil. Na experiência ligada ao turismo de

massa⁷ e doméstico (as capitais nordestinas atendem vastamente a esse público), com frequência, o possível visitante – ainda na região emissora – vai a uma agência de viagens à procura de ideias. A visita é na tentativa de montar um pacote a preço acessível, sobretudo economicamente, e que possa saciar seu desejo de aproveitar suas férias. Dentre diversos destinos atraentes, dedica-se a observar um lugar com ordenadas praias, uma estrutura hoteleira convidativa e alguns poucos pontos históricos em um espaço urbano (Área Funcional Turística urbana⁸) que complementam a ideia de que se trata da possível visita a uma cidade turística.

Os serviços, normalmente constituídos de transfer, hospedagem, alimentação e passeios, bem como a paisagem, são comprados. Basta esperar o momento de vivenciar o que aquele destino possivelmente pode lhe oferecer. Chega o dia do deslocamento do indivíduo. O avião decola no aeroporto do lugar de origem, ou no mais próximo, e em algumas horas depois aterrissa num aeroporto próximo ou dentro do destino escolhido. O visitante é recebido por um guia que o conduz em um veículo climatizado, por vias ordenadas e bem iluminadas, até o seu hotel (Silva, 2011). Em sendo no litoral nordestino, normalmente o ponto final é um meio de hospedagem localizado à beira-mar de um bairro visivelmente estruturado em tudo: energia, segurança, comunicação, opções de lazer, transporte e local para fazer contato com outros turistas. Pessoas que tomaram a mesma decisão de visitar um destino turístico ímpar, uma “cidade perfeita”. Cidade onde se experimentam passeios por uma extensa faixa litorânea, que muitas vezes ultrapassa os limites dessa mesma cidade.

⁷ Fenômeno de “massificação” da viagem. Ou seja, há uma alta e permanente demanda no fluxo turístico para algum destino (Barretto, 1998). Para além disso, o conceito de turismo de massa dialoga com questões de facilidades de acesso à viagem por parte de classes sociais mais populares e menos abastadas (Swinglehurst, 2001).

⁸ “Área geográfica distinta dentro de uma área urbana mais ampla, caracterizada por uma concentração de usos do solo dedicados ao turista, atividades e visitação, com fronteiras bastante definidas. Essas áreas funcionais geralmente possuem um caráter distinto em virtude de sua mistura de atividades e do uso da terra, tais como restaurantes, atrações e vida noturna, seu tecido físico ou arquitetônico, especialmente o domínio de edifícios históricos, ou sua conexão a um grupo cultural ou étnico particular dentro da cidade” (Tradução em Hayler & Griffin, 2011, p. 517). Esse sítio, quando estudado por Bullón (2006, p. 69), pode ser compreendido como *Centro Turístico* – “todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico”.

Vive-se uma tarde de compras de souvenirs em estabelecimentos comerciais ou shoppings centers especializados, depois de registrar em máquina digital (celular, “**pau de selfie**”), a passagem pela fachada de algum prédio histórico. Os dias passam nesse ritmo imperturbável. E em algum restaurante de cozinha sofisticada e internacional, ocorre o brinde de despedida de suas férias. ([parênteses e grifo meu], Silva, 2011, p. 19)

A última noite da viagem é dedicada à seleção de imagens que farão parte do vídeo (Vlog de Viagem), o qual será postado em seguida nas redes sociais. Adeus ao destino é dado, e o retorno à vida cotidiana é feito, certo de guardar nas lembranças a experiência de ter vivido efetivamente aquela CIDADE. Ou seria apenas um CENÁRIO?

Nesse cenário, o ator (turista, aqui entendido como nacional de turismo de massa) está subordinado (e deixa-se claro que em muitos casos, conscientemente) às manipulações para o consumo. Ele estaria implicado no aprisionamento a um modelo de oferta de mercadorias que o distancia do seu direito de cidadão de compreender o que consome. Diante disso, Santos (2007) alerta que, nessas condições,

O consumidor não é o cidadão. Nem o consumidor de bens materiais, ilusões tornadas realidades como símbolos: a casa própria, o automóvel, os objetos, as coisas que dão status. Nem o consumidor de bens imateriais ou culturais, regalias de um consumo elitizado como o turismo e as viagens, os clubes e as diversões pagas [...] não conduz ao entendimento do mundo (p. 56).

Essa alienação do indivíduo (cada vez mais visto apenas como consumidor em detrimento do cidadão) remonta a uma cilada, na qual o controle fragmenta a experiência e distorce o entendimento do concreto, do real, nas relações socioespaciais e de consumo.

Tourists make brave sorties out from their hotels, perhaps, for an authentic experience, but their paths can be traced in advance over small increments of what is for them increasingly apparent authenticity proffered by tourist settings⁹ (Maccannell, 1999, p. 106)

⁹ Os turistas fazem caminhadas corajosas fora de seus hotéis, talvez, para uma experiência autêntica, mas seus caminhos podem ser rastreados antecipadamente sobre pequenos incrementos do que é para eles oferecido como aparentemente autêntico no cenário turístico (Tradução própria).

Na experiência turística aqui encenada e ensaiada, esse turista conheceu as nuances daquela paisagem cidadina, ou conheceu como turista-consumidor um fragmento segregado, coordenado, repetidamente gerador de experiência mercantilizada de cidade turística? Quais as motivações que por ora parecem integrar ou distanciar as experiências cidadinas das explicitadas nos registros da viagem turística?

Na falta de uma resposta pronta, aqui se reconhece que cidades turísticas podem ser entendidas como tabuleiro do jogo de mercado. Tabuleiro onde a força do capital, as relações territoriais, os espaços de segregação ou mesmo de integração, sofrem grandes e complexas transformações causadoras de uma maior sociabilização entre visitantes e moradores, como também vê o fim do diálogo cidadão entre eles.

Estudar essa mudez última é se aproximar do alerta romanceado por Italo Calvino, na obra *Cidades Invisíveis* (1990, p. 30), que diz: “que, algumas vezes, cidades diferentes sucedem-se no mesmo solo e com mesmo nome, nascem e morrem sem se conhecer, incomunicáveis entre si”. Essa talvez seja a principal inquietação desta pesquisa, imersa nos tecidos e textos da paisagem apresentada (ou seria estetizada?) pelo turismo. Busca-se extrair desses registros um estudo comprometido em modelar as formas de integração e/ou segregação socioespacial presentes em cidades turísticas do nordeste brasileiro, em diversos casos – estetizadas e padronizadas pela prática de consumo (Lipovetsky & Serroy, 2015).

De acordo com Azevedo, Figueiredo, Nóbrega, e Maranhão (2013), ainda nos anos 1970 e 1980, apontava-se a atividade turística como um vetor importante dessa prática de consumo no mundo moderno. Porém, nos dias atuais, essa característica de consumo e apropriação do espaço da cidade – em que se têm os turistas como convidados a uma fragmentada e superficial experiência de viagem registrada, e nem sempre vivida – exige de nós uma reflexão sobre a maneira como a atividade turística acontece. É necessário

compreender seus desdobramentos na experiência do vivido do turista e na dinâmica cidadina – enredadas muitas vezes em ritmos, regras e grupos duais e distintos (turistas e residentes).

Dessa forma, esta pesquisa centra seus esforços na análise de conteúdo de registros (VLOGS¹⁰) de viagens de turismo doméstico locados em Recife-PE e Natal-RN, entendendo o conceito de paisagem (de caráter geográfico) enquanto registro do visível (Santos, 1991). Esse acervo é uma importante representação desses destinos turísticos, um retrato do nível de integração entre os sujeitos (personagens geográficos – Name, 2013) e cidade, além de uma fonte de discussão sobre a dinâmica cidadina em sua interface com o turismo.

A paisagem aqui estudada pode mostrar a manipulação das experiências, resultando em isolamentos ou liberdades - encontros impressos no trânsito turístico pelas cenas urbanas, sendo essa moldura um traço forte da cultura (Berque, 1998). Traço que influencia e é influenciada (marca e matriz) pelos arranjos socioespaciais expressos no cenário, neste caso vivenciado pelo visitante no destino turístico. O uso desses vídeos que registram a narrativa de viagens às capitais nordestinas alinha-se à confiança de que eles revelam trajetos, tramas e assimilações do urbano.

De acordo com Urry (2001), as assimilações expressas no registro, no olhar do turista, revelam muito de sua formação social, para além da dinâmica e o ritmo da vida cotidiana dele e daqueles que ele visita. Para tanto, reconhece-se que os vídeos de registro de viagem são conduzidos pela formação prévia do turista (nesse caso – com perfil de turismo doméstico e de massa), esse que também manipula a edição sobre o que registrar (o que filmar e o que ocultar). Apesar disso, esses materiais produzidos por aqueles que podemos chamar de

¹⁰ Uso de registros de viagem nacionais às cidades citadas e que tenham sido postados no canal YouTube no período de jun./ 2014-jun./ 2016, sendo a seleção baseada também em palavra-chave presente em título do vídeo, seu tempo de duração, quantidade de visualizações e seguidores do *vlogger*.

*prosumer*¹¹, acabam de algum modo por apontar questões, tensões e movimentações socioespaciais contidas na paisagem turística.

Ao debruçar-se sobre tais registros de viagem, considera-se esta pesquisa como mais uma fonte que problematiza o desenvolvimento socioespacial das cidades no mundo subdesenvolvido, particularmente daquelas turistificadas. Essa intenção se concretiza a partir do momento em que se estudam questões que envolvem a fragmentação/ segregação/ integração entre visitantes e cidadãos (e os porquês dessa lógica espacial) evidenciadas nas representações urbanas de destinos nordestinos. Isso porque o mundo contemporâneo está:

Marcado pela maior fluidez do espaço [...] onde questões ligadas à circulação se tornam ainda mais relevantes e, com elas, a situação de um dos componentes mais emblemáticos dos territórios: suas fronteiras – ou, numa leitura mais simples, seus limites (Haesbaert, 2014, p. 222).

Essa fluidez ou engessamento, representada aqui pela integração ou isolamento socioespacial, as fronteiras espaciais, os limites e liberdades de circulação e de consumo, expressos nos desdobramentos do comportamento, ditam a ordem de diversas cidades turísticas – como já mencionado. Dessa forma, o desafio aqui foi identificar nas entrelinhas dessas representações paisagísticas, as motivações que ora socializam, ora segregam, a partir da prática turística.

Com esta discussão, pretende-se qualificar ainda mais o debate acadêmico “não apenas economicista” do turismo que vem fortemente do mercado, mas atingindo também seu viés sociológico, antropológico e ambiental. Isso podendo ser feito a partir de um aparato geográfico, humanista e cultural, fundamental e recorrente nas pesquisas em turismo no Brasil e no mundo. Aspecto que coincide com a “preocupação de muitos geógrafos, turismólogos e outros profissionais ligados aos estudos da percepção” (Xavier, 2007, p. 28).

¹¹ São produtores e consumidores na mesma medida. Ou seja, “são consumidores que intervêm no processo de produção de produtos, significados e identidades. São consumidores interventivos e dinâmicos que compartilham os seus pontos de vista” (Marquesi, 2013, p. 12).

Além disso, como já mencionado, a pesquisa usa como objeto de análise um elemento presente no comportamento contemporâneo, que é imagem, o audiovisual (o turista enquanto criador e consumidor – *prosumer*). Elemento esse que está cada vez mais presente nas práticas do cotidiano, sendo o registro audiovisual um veículo utilizado teórica e metodologicamente por uma geografia de vertente cultural.

A tradicional ênfase da geografia cultural em representações e cenários oferece alguns *insights* interessantes com relação à experiência em áreas turísticas urbanas. [...] saber interpretar cenários e representações é fundamental para estudar a experiência turística (Selby, Hayllar & Griffin, 2011, p. 105).

A imagem (cada vez menos) amadora captada por tablets, celulares e câmeras filmadoras (para fins de registrar viagens ou não), é um dos traços mais correntes da sociedade atual. Seja no acesso à tecnologia e à comunicação (*smartphones*, aplicativos cinemáticos, redes sociais e toda a inovação midiática e mundializada ao alcance das mãos), seja na publicidade que esses vídeos em tempo real fazem para um número incalculável de “seguidores”, a imagem serve de peça publicitária contra ou a favor de qualquer destino turístico ao redor do mundo.

O pensamento moderno ocidental encontra-se hoje sob a soberania da cultura visual e de todas as formas de conhecimento, tanto científico como cotidiano, dependem da imagem. [...] Para além disso, o desenvolvimento das tecnologias da informação promoveu a proliferação e o consumo massivo de imagens, que foram gradualmente invadindo as diferentes esferas da vida social e conformando de forma cada vez mais intensa as experiências e percepções dos sujeitos. [...] O domínio da imagem e do visual no contexto da cultura moderna corresponde a uma forma particular de representar o espaço e o tempo. [...] Instrumentalizados à medida que o consumo se apoia na cultura do visual, o espetáculo e a imagem tornam-se o ingrediente por excelência do acto turístico (Fortuna & Ferreira, 1996, p. 6-7).

Essa sociedade marcada fortemente pela valorização da imagem, do visual e do aparente, produz e compartilha milhares de registros imagéticos por minuto. Entretanto,

apenas nos últimos anos, vem se reconhecendo mais fortemente esse acervo amador como instrumento importante de análise socioespacial. Certamente isso ocorre por se admitir o uso do audiovisual como meio de permear, interpretar e reconhecer – através de suas representações captadas e analisadas – experiências que se manifestam na paisagem geográfica, nesse caso também turística. Sendo tal abordagem incomum nos estudos acadêmicos do turismo no Brasil.

Esta pesquisa, cujo objeto de estudo é o turismo nas capitais nordestinas, atrela-se ao audiovisual, imagem e criação de imaginários (muitas vezes romantizados pelo turismo), descartando a ideia de imaginação geográfica (Crang, 1998) – elemento criador e criatura de representações da paisagem. Imaginação essa construída aqui a partir das experiências de viagem, e que será discutida

Numa época de “sociedade de espetáculos”, onde os ambientes dos meios de expressão estão se tornando mais sofisticados e onde a fantasia permeia cada vez mais nossas geografias sociais e materiais, onde há muito que aprender de uma geografia do filme (Hopkins, 2009, p. 88).

Registros fílmicos de viagens turísticas aqui são vistos como recursos que podem indicar espacialidades, territorialidades, sentimentos, conflitos e animosidades, valorização e repulsa, amor e desamor, presença e indiferença, nas relações com a cidade. Como acredita Olga Tulik (citado em Da Silva, 2004, p. 16), a imagem concebida pelo homem sobre a cidade é resultado “cultural e coletivo”. E que neste caso, a experiência de visitação repetitiva e semelhante entre os turistas, acaba por emoldurar uma imaginação cidadina cong nere dentro do grupo ao qual o sujeito pertence.

Segundo Crang (2004, p. 100), “precisamos ter atenção aos textos do turismo, que podem ser novelas, mas que são mais frequentemente guias, postais, livros de viagens, brochuras, publicidades e coisas parecidas. Ajudam a formar noções sobre o destino e podem ser interpretadas” tanto pelo futuro turista (que assimila e reproduz) quanto pelo pesquisador.

Esse que entende o registro de viagem turística doméstica (espécie de síntese da imaginação geográfica do visitante) como uma fonte elucidativa da uma dinâmica socioespacial presente na paisagem. Moldura tomada por elementos e lembranças oriundas da vivência do indivíduo, que no caso turístico está diretamente ligada também ao interesse do *trade* em gerar consumo mediante uma experiência turística patrulhada, apoteótica, emblemática e independente da qualidade de vida do seu entorno – em muitos casos divergente e decadente.

Ao discutir a paisagem das cidades como uma “arte do relacionamento” que produz efeitos emocionais em habitantes e visitantes, [...] se é avaliado como os espaços urbanos são construídos, contemporaneamente, de maneira fragmentada e desconexa, ou seja, casa para um lado, árvores pra outro, zonas sem ligações e interações com outras zonas (Chemin referindo-se a obra de Cullen, 2011, p. 49).

A fragmentação expressa na paisagem citadina, estudada aqui sob um viés turístico, torna-se também relevante ao buscar-se em registros evidências dessa “arte do relacionamento”, do encontro do visitante com o destino. Haja vista que mesmo sendo as capitais do Nordeste um dos grandes eixos turísticos do Brasil (sendo a região preferida dos viajantes nacionais em 2016, segundo o MTUR), e a atividade um setor produtivo fundamental para a economia dessas cidades, diversos fatores de desenvolvimento social, como acesso universal e igualitário à cidade, demonstram a urgência de estudos. São importantes propostas, estratégias e políticas na busca por experiências do vivido mais equitativas, solidárias, dinâmicas e fluidas, para autóctones e visitantes.

Experiências e paisagens essas que são “a nova cara do espaço e do tempo” (Santos, 2008, p. 40). Elas se tornam verdadeiras locações da força das grandes empresas e investidores internacionais, que quando analisadas sob o viés turístico dão ao destino um aspecto estético e arquitetônico, para além de econômico e político globalizado.

Dessa forma, no mundo do turismo, registram-se duas situações opostas. As sociedades que investem e estão, hoje, à procura de novos

cenários, e aquelas que disponibilizam seus atrativos, colocando-os à disposição dos grandes investidores globais. Assim, hoje, o mundo do turismo enseja uma complexa “rede de relações”, tanto entre as pessoas e os componentes físicos da natureza como entre os grupos sociais, exigindo uma maior exploração dos recursos disponíveis e outras formas de tratamento das diferentes camadas das sociedades (Xavier, 2007, p. 53).

Pensando assim, este trabalho pretende fazer uma abordagem crítica sobre a prática turística. Os objetos da pesquisa serão cidades famosas turisticamente pelas suas orlas marítimas, meios de hospedagem, cultura, entretenimento e clima, mas que jornalisticamente são também conhecidas por questões pouco edificantes (miséria, violência e insegurança, baixa infraestrutura urbana).

Enquanto argumento relevante para a pesquisa, busca-se aqui associar-se a uma agenda de progresso que permita um desenvolvimento das cidades turísticas, concordando novamente com Xavier (2007). Para o autor o turismo é uma “atividade geográfica” que sugere abordagens que destaquem elementos reveladores de arranjos e dinâmismos espaciais da atividade turística.

Diferentemente de diversos e importantes trabalhos brasileiros¹² que envolvem o audiovisual, estes que fazem normalmente uma discussão sobre promoção do destino a partir do “turismo cinematográfico” (viagens para visitar cenários de filmes famosos) ou sobre a imagem que o turista tem dos destinos através dos filmes, este trabalho segue por outro caminho.

A pesquisa pretende envolver saberes da geografia associados ao fenômeno turístico, apontando as relações socioespaciais expressas em registros de viagem a capitais turísticas do

¹² Albernaz, P. (2009) *Curta-Brasília: a imagem da cidade no olhar do cinema e sua relação com o turismo*. Mestrado Profissional em Turismo. Universidade de Brasília, Brasília.

Paula, M. (2011) *Cinema e turismo: o impacto dos filmes Cidade de Deus e tropa de elite no imaginário do turista internacional no Rio de Janeiro*, Mestrado em História da Arte, Patrimônio e Turismo Cultural, Universidade de Coimbra, Coimbra – PT.

Pereira Neto, F., Schmidlin, I., (2013) Turismo induzido por filmes: a imagem do nordeste propagada pelo cinema brasileiro no ponto de vista do estudante de cinema no Ceará. *PODIUM: Sport, Leisure and Tourism*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 01-31.

Nordeste brasileiro. E como já mencionado – esse debate torna-se fundador do estudo que, ao adotar tal estrutura, oferece uma importante leitura de espacialidades turísticas nas cidades de Recife-PE e Natal-RN. Avançar nesse debate é entender que nas cidades turísticas circulam forças como:

Contexto, visitação, representações, relações sociais, desenvolvimento espacial, fluxo de informações, mercado imobiliário, transações financeiras, diferentes níveis de governança e questões inerentes a cada localidade específica. Decifrar o ambiente urbano e a forma como o turismo acontece dentro dele requer uma estrutura que ajude a organizar a linha de raciocínio que se aplica às áreas turísticas urbanas e que promova um maior entendimento delas (Hayllar; Griffin & Edwards, 2011, p. 41).

A decisão por essa empreitada se consolida na perspectiva geográfica. Caminho feito por saber que é fundamental discutir o turismo em sua amplitude como um fenômeno dinâmico, tornando o trabalho relevante ao colaborar também com a discussão sobre o uso de novas ferramentas para pensar a atividade – aqui os registros audiovisuais amadores de viagem.

Para atender essa decisão, a pesquisa foi estruturada de modo a dedicar a primeira seção ao levantamento de questões conceituais sobre Espaço, Paisagem, Representação, Cenário, Cidade, enfatizando a importância desse arcabouço para pensar o fenômeno turístico.

Já a segunda seção avança nas discussões sobre a interface entre Turismo e Desenvolvimento, aprofundando reflexões expostas na introdução e trazendo autores que dialogam com uma proposta endógena, inclusiva e harmoniosa para a atividade turística, apresentando as duas perspectivas (criadas pelo autor) de segregação/integração socioespacial em cidades turísticas.

A seção três corresponde à estruturação metodológica do trabalho, destacando a pesquisa como qualitativa, através de uma análise de conteúdo fílmico, sugerindo a

interpretação de VLOGS (registros de viagens) feitos por turistas que visitaram as cidades de Recife-PE e Natal-RN (2014-2016).

Seguidamente, o trabalho apresenta as secções quatro e cinco com a análise dos dados, tendo no primeiro momento a abordagem da cidade de Recife, e na segunda parte a cidade de Natal. E para consolidar a pesquisa, as últimas páginas de produção são dedicadas às considerações finais que confirmam a hipótese levantada na problematização.

Alcançado seu propósito, o trabalho faz uma abordagem inédita do turismo no cenário urbano nordestino, considerando as relações socioespaciais impactadas pelo e no turismo. Além disso, oferece subsídios para pensar o desenvolvimento urbano das cidades associadas ao turismo, pois concorda com Panosso Netto e Trigo (2009), ao compreender que “o turismo no Brasil exige uma discussão ampla sobre o modelo de desenvolvimento que está por trás da economia e da sociedade como um todo” (p. 74).



1. Desvendando a paisagem turística: um amálgama de relações materializadas na cidade



1 Desvendando a paisagem turística: um amálgama de relações materializadas na cidade

Com base no seu caráter imaginável e tangível, experimental, a paisagem constitui um meio geográfico da maior importância na análise das relações desenvolvidas entre os turistas e os locais visitados. A sua fácil e pronta acessibilidade, bem como as suas propriedades de representação e de relação, fazem da paisagem um verdadeiro palco de representação e recreio assim como um meio valioso e uma ferramenta para analisar a mudança geográfica através do turismo (Terkenli, 2004, p. 381).

Para esta pesquisa, considera-se fundamental, mesmo que reconhecendo o turismo como elemento central das discussões, sublinhar algumas bases conceituais fundamentais para alicerçar a investigação. Os termos apreciados nas próximas páginas – fruto de pesquisa bibliográfica e alinhamento com o tema do turismo – servirão de base para defesa da própria tese, mas também para as decisões metodológicas que balizam esta pesquisa. Trabalho que avança na busca de colaborar inclusive com a linha de pesquisa Turismo e Desenvolvimento do Programa de Pós-Graduação em Turismo [PPGTUR], à qual está vinculada este trabalho, estabelecendo diálogo com pesquisadores da área de Antropologia, Sociologia e Geografia.

Para fundamentar a problematização e os questionamentos realizados no percurso da pesquisa, é necessário apoiar-se em saberes da geografia, pela ênfase dada em questões do seu objeto de estudo. Isto é, valorizar as relações produtivas do espaço geográfico e o exercício de seus atores/ sujeitos e esferas, fixos e fluxos.

Para consolidar-se, a atividade turística se apropria dos “espaços”, redimensionando as espacialidades, multando-as em mercadorias turísticas vendáveis. De forma objetiva o *ESPAÇO* – tendo em vista sua complexa e abrangente definição – corresponderia ao sítio da fruição das relações sociais de produção. Dessa maneira, seria considerado como “um mosaico de elementos de diferentes eras, que sintetiza de um lado a evolução da sociedade e explica, de outro lado, situações que se apresentam na atualidade” (Santos, 2014, p. 36).

Essa concepção de espaço valoriza diversos elementos que dão o ritmo dessa fruição, como uma espécie de organismo vivo em que se observam os órgãos e seus papéis, alimentados pela corrente sanguínea e seu papel de irrigação sobre o corpo que diante desse jogo se movimenta. O entendimento de estrutura do espaço na perspectiva geográfica ocorre pela relação dos objetos geográficos (cênicos naturais e artificiais) com a sociedade (atores), envolvendo um movimento contínuo para composição do enredo. Para Santos (1991, p. 71), o espaço seria “um conjunto de objetos e de relações que se realizam sobre estes objetos”, sendo ele, então:

Algo dinâmico e unitário, onde se reúnem materialidade e ação humana. O espaço seria o conjunto indissociável de sistemas de objetos, naturais ou fabricados, e de sistemas de ações, deliberadas ou não. A cada época, novos objetos e novas ações vêm juntar-se às outras, modificando o todo, tanto formal quanto substancialmente (Santos, 2008, p. 46).

Nesse espaço é evidenciada, segundo o mesmo autor, uma dinâmica que conta com *formas, funções, estruturas e processos* que ditam as transformações socioespaciais. De maneira objetiva, poderíamos encarar as *formas* como os objetos contidos nessa fatia do espaço, aspectos físicos (parques, praias, prédios históricos) observáveis e ordenados para *funções* específicas ou diversas dentro de uma dinâmica social (para entretenimento local e turístico), resultando em uma complexa *estrutura* que, de acordo com Santos (2014, p. 69), seria a “inter-relação de todas as partes de um todo” (destino turístico), onde diversos *processos* com o propósito de alcançar o efeito esperado ocorreriam para melhor dinamização do espaço (políticas públicas e ações do trade sobre o turismo).

Ainda nessa interpretação, a dinâmica social (aqui ligada ao fenômeno turístico) ocorre à medida que se tem elementos físicos (montanhas, rios, depressões, faixas litorâneas, rios, dunas etc.; acrescidos de casas, estradas, ruas, pontes, viadutos, edifícios antigos e modernos, shoppings...) enquanto FORMA. Além disso, tem-se os sujeitos que atuam diante

desses elementos como CONTEÚDO. Para Santos (1991, p. 26), “o conteúdo (a sociedade) não é independente da forma (os objetos geográficos), e cada forma encerra uma fração do conteúdo”.

É possível traduzir essa leitura facilmente no objeto em estudo. Um Recife Antigo¹³ (Figura 3) com apelo turístico, apresentando centros de artesanato e prédios históricos (forma) e sendo palco de eventos culturais, boêmios, onde circulam ambulantes, feirantes, empresários, artesãos, ciclistas, pedestres, residentes e turistas (conteúdo). Ou mesmo a Via Costeira¹⁴ (Figura 4), com seus hotéis de luxo isolados dos espaços de sociabilidade da cidade – que margeiam uma reserva florestal e vislumbram o mar (forma) – e que são ocupados pelos funcionários da hotelaria e seus turistas (conteúdo) de alto poder aquisitivo.



Figura 4. Recife Antigo (vista aérea e movimentação no Marco Zero da cidade) [Fotografia] Recuperado em 22 de junho de 2016, de <http://oglobo.globo.com> e entretenimento.ne10.uol.com.br respectivamente

¹³ Bairro do Recife (Antigo), na cidade de Recife-PE, região (ilhota) histórica onde concentra parte de seu patrimônio arquitetônico e que é veiculado turisticamente por muitas agências de turismo nacionais e estrangeiras.

¹⁴ Via litorânea com cerca de 9 km de extensão que separa o Parque das Dunas (reserva florestal) e o mar, tendo sido criada para captar turistas de alto poder aquisitivo que se alojam em meios de hospedagem de alto padrão.



Figura 5. Via Costeira (vista aérea e imagem publicitária) [Fotografia] Recuperado em 22 de junho de 2016, de <http://vivernatal.wordpress.com> e www.peixurbano.com.br respectivamente

Esse entendimento dicotômico sobre o espaço – e que permite sua contínua transformação - avança também nas ideias de George (1968). Pesquisador que vê o sujeito-homem orquestrado pelo objeto-forma, assim como moldando e alterando sua estrutura (área turística e atores do turismo em um movimento dinâmico, por exemplo), desdobrando-se na outra importante categoria de análise em estudos geográficos – o tempo.

Nos dias atuais, a temporalidade parece ter seus ponteiros acelerados diante das transformações radicais observadas no cotidiano de muitos lugares (a exemplo dos destinos turísticos) ao redor do mundo. Isso acontece mediante não apenas o poder do capital, mas os processos de conflito, invasão ou abandono, a instabilidade política e econômica, associados à migração e ao crescimento desordenado (sendo o turismo um dos fenômenos que empurram para os mais diversos destinos esse ponteiro com a sua chegada e dinâmica multifacetada).

Os principais pensadores da geografia, com destaque aqui para a Geografia Humana, estudam o espaço a partir de uma ótica que valoriza a relação do homem com a natureza. Nela ressalta-se as ações, os obstáculos, desafios, adaptações do homem no interesse de dominar e moldar o meio-ambiente. O resultado disso seria a construção de traços culturais expressos nessa adaptação. Dessa maneira, considera-se que “a análise desses elementos, o

estudo de suas relações e de suas combinações, compõem a trama de toda a pesquisa geográfica” (La Blache, 1985, p. 41).

Os traços culturais e sociais e seu diálogo com o espaço geográfico advêm da pesquisa de diversos autores, especialmente os da vertente da Geografia Cultural e da Nova Geografia Cultural, a exemplo de Claval (1997). Esse que identifica aspectos culturais e simbólicos no estudo do espaço geográfico, recorrendo à ideia de espaço como *locus* da manifestação da cultura, da adaptação do homem ao meio. Ou seja, para ele a geografia, enquanto estudo do espaço, fez do indivíduo e sua coletividade foco principal de sua pesquisa contemporânea. Nesse entendimento a geografia cultural:

Se construiu em torno de três eixos que são igualmente necessários e complementares: primeiro, ela parte das sensações e das percepções; segundo, a cultura é estudada através da ótica da comunicação, que é, pois compreendida como uma criação coletiva; terceiro, a cultura é apreendida na perspectiva da construção de identidades, insiste-se então no papel do indivíduo e nas dimensões simbólicas da vida coletiva (Claval, 1997, p. 92).

Avançando em outras abordagens sobre esse mesmo espaço, autores como Harvey (crítico e guiado por uma abordagem transformadora da sociedade capitalista), entendem a categoria como espécie de tablado da vida coletiva. Estudado por geógrafos também da Geografia Cultural (a exemplo de Sarmiento, 2012), Harvey (2012) define ESPAÇO concebendo-o em três grupos (espaço absoluto, espaço relativo e espaço relacional). Para ele,

Se considerarmos o espaço como absoluto ele se torna uma “coisa em si mesma”, com uma existência independente da matéria. Ele possui então uma estrutura que podemos usar para classificar ou distinguir fenômenos. A concepção de espaço relativo propõe que ele seja compreendido como uma relação entre objetos que existe pelo próprio fato dos objetos existirem e se relacionarem. Existe outro sentido em que o espaço pode ser concebido como relativo e eu proponho chamá-lo espaço relacional – espaço considerado [...] como estando contido em objetos, no sentido de que um objeto pode ser considerado como existindo somente na medida em que contém e representa em si mesmo as relações com outros objetos (Harvey, 1973, p. 13).

A definição de *espaço absoluto* ocorre na objetividade física no sítio e na localização dos objetos geográficos, edifícios, rios, limites de cidade, estado, nação. Já o *espaço relativo*, está ligado à mobilidade, à distância, à relatividade entre esses mesmos objetos, a partir de cada perspectiva, interesse (aspecto importante nas escolhas turísticas) – e relacionando efetivamente com a categoria do *TEMPO*. “Podemos criar mapas completamente diferentes de localizações relativas diferenciando-as entre distâncias medidas em termos de custo, tempo, modo de transporte (carro, bicicleta ou skate)” (Harvey, 2012, p. 11).

E, por fim, frisa-se o *espaço relacional*, que aponta as impressões, afetividades, as vivências do sujeito (com destaque aqui para a satisfação ou decepção turística) com o espaço físico e relativo – com o que está ao redor. Trazer essa interpretação para o fenômeno turístico aqui estudado, nos permite analisar, por exemplo, a praia de Ponta Negra (Figura 5).

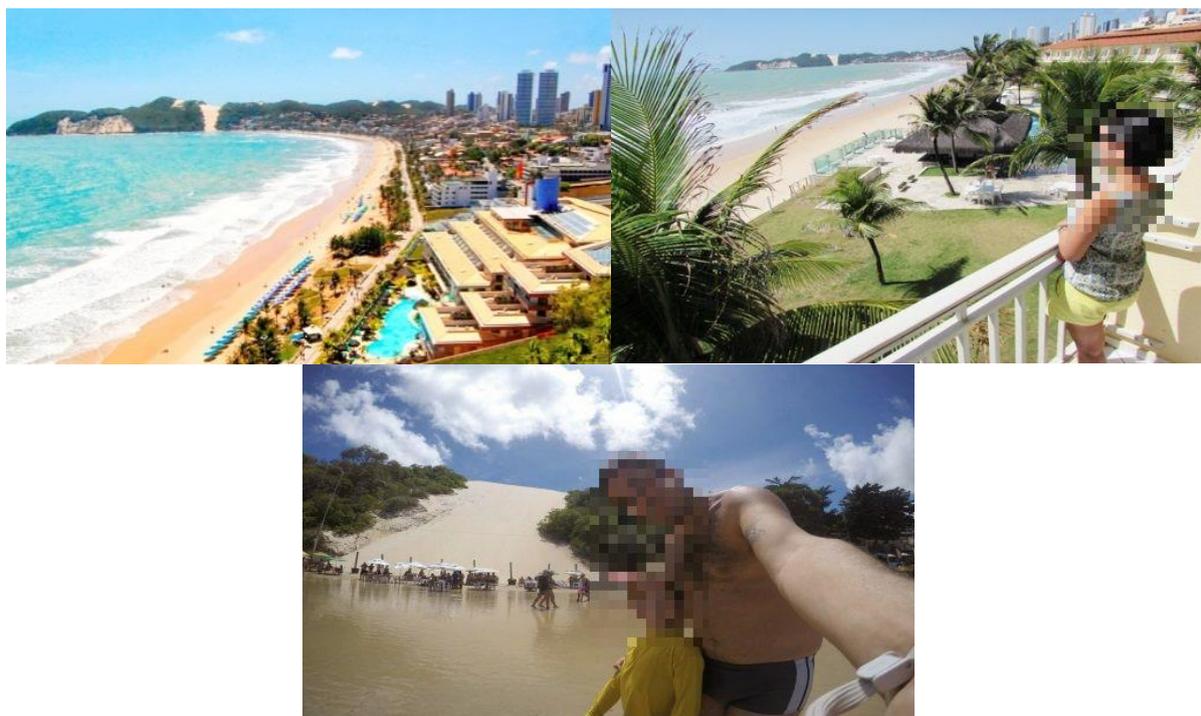


Figura 6. Praia de Ponta Negra (vista panorâmica, e registro de viagem) [Fotografia] Recuperado em 22 de junho de 2016, de <http://www.cvc.com.br>, www.temqueir.com.br e nanossaviagem.blogspot.com

Essa que na perspectiva do *espaço absoluto*, tem em sua configuração territorial: praia, calçadão, bares, hotéis, centros de artesanato, vias e veículos. Enquanto *espaço relativo*, é possível verificar os mapas turísticos que evidenciam a distância entre a praia urbana e o litoral sul ou norte da cidade, ou do estádio Arena das Dunas (palco de eventos esportivos e culturais). Destacam-se também as nem sempre precisas informações contidas em sites hoteleiros, que apontam a distância entre esse ou aquele hotel e a praia, o aeroporto, restaurantes ou centro de artesanato.

Na condição de *espaço relacional*, de maneira simplista, poderíamos exemplificar com as fotografias e os vídeos que evidenciam a integração e satisfação do turista com o destino por ele visitado. Em tais registros são expressas as suas lembranças, os laços criados e experiências vividas – aspectos do espaço que o turista carrega afetivamente em sua imaginação e desejos de retorno.

Essa interpretação de espaço de alguma forma se alinha às ideias de *espaço produzido* de Lefebvre (2008), que compreende o espaço enquanto *formante* e que, segundo Schmid (2012) e Costa (2014), é dividido em:

- *Prática espacial ou Espaço Material*: consistem nas dinâmicas da relação cotidiana do indivíduo com a sociedade, as questões, percepções e implicações que se dão nas relações na prática socioespacial.
- *Representação do espaço*: destaca-se como a reprodução, estampa que define, interpreta o espaço vivido, a exemplo de ideologias, descrições, cartografia, projeções, vídeos etc.
- *Espaços de representação*: essa definição se faz na medida simbólica do espaço (cultura, imaginário), qual o valor e o sentido daquele objeto no espaço. “De acordo com isso, espaços de representação [...] se referem a [...] um poder divino,

o logos, o Estado, o princípio masculino e feminino e outros” (Schmid, 2012, p. 11).

Integrando o espaço sob essas perspectivas, esta pesquisa comunga das ideias citadas, valorizando essa matriz que dialoga com o espaço constituído por objetos, móveis e imóveis, acrescidos de formas de trabalho exploradoras, além de questões abordadas também por Milton Santos. Aponta-se discursos de alienação (presentes também no turismo), dinamizados por questão de mobilidade (turística), fluidez de sujeitos (personagens – turistas e residentes), troca de serviços (ação do trade turístico), mercadorias (segmentos e motivações de viagem), além de maneiras de acumulação na dinâmica capitalista – aqui influenciada pelo fenômeno turístico. Ressalta-se ainda, criticamente, o valor da relação social para resistir, combater e suplantar os problemas que envolvem as relações em torno do viés financeiro – nesse caso, o capital turístico.

Ao compreender a importância do trabalho na relação com o espaço não apenas no olhar de Harvey, como também de outros autores contemporâneos da geografia humana com viés crítico e cultural, para entender o espaço geográfico diante das pressões do capitalismo contemporâneo, marcado por fluxos inerentes ao processo de globalização, enfatiza-se que:

Não basta compreender e elucidar o espaço. É preciso interessar-se, profundamente, e não somente epidermicamente, também pelas relações sociais. É necessário interessar-se pela sociedade concreta, em que relações sociais e espaço são inseparáveis, mesmo que não se confundam. E é aqui que entra em cena o sócio-espacial, no qual o “sócio”, longe de apenas qualificar o “espacial”, é, para além de uma redução do adjetivo “social”, um indicativo de que se está falando, direta e plenamente, também das relações sociais (Souza, 2013, p.16).

Nesse campo da geografia, em que o espaço se mostra como uma categoria regente, é possível, a partir do aceite de alguns conceitos subsequentes, avançar nessas discussões. No caso desta pesquisa, nos âmbitos socioespaciais em cidades turísticas, o pesquisador (apesar de se utilizar mais especificamente do conceito de paisagem) acredita ser possível trabalhar

também com temas como território, lugar, e ambiente, como é apresentado por Haesbaert (Figura 6), ao definir como “constelação geográfica” essa relação de categorias e conceitos.

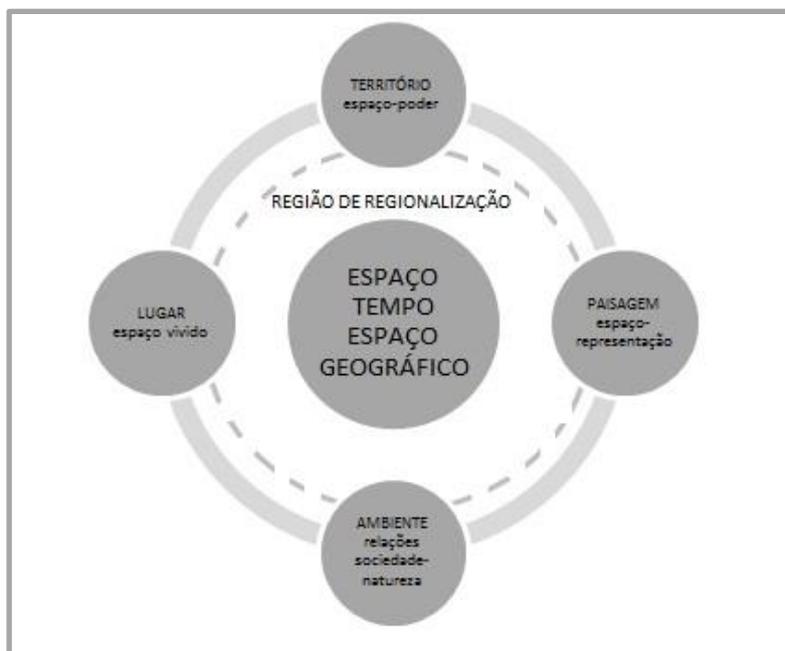


Figura 7. Constelação Geográfica de conceitos

Nota: Constelação Geográfica de conceitos. Encontrado em *Viver no limite: território e multi/transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção*, p. 35, de Haesbaert, 2014. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil

Percebe-se que o fenômeno do turismo molda e é moldado pelas relações socioespaciais conflitantes que se dão nesse mundo global. Nesse mundo o turismo se instala e na mesma medida interage com os traços culturais, manifestações e representações que circulam e dão dinâmica ao espaço geográfico. E por causa disso, faz-se necessário nesta pesquisa avançar em uma esfera conceitual que advém também dos estudos do espaço geográfico, que seria a PAISAGEM. Conceito que:

Surgiu no século XV, nos Países Baixos, sob a forma de *landskip*. Aplica-se aos quadros que apresentam um pedaço da natureza, tal como a percebemos a partir de um enquadramento – uma janela, por exemplo. Os personagens têm aí um papel apenas secundário. A moldura que circunda o quadro substitui, na representação, a janela através da qual se efetuava a observação (Claval, 2004, p. 14).

A partir de uma visão inicial sobre tal conceito, tem-se normalmente a ideia reducionista de paisagem (Bullón, 2006). Imediatismo que entende paisagem como apenas um enquadramento imagético, harmônico (em certos momentos – belo, estética e geometricamente alinhado), limitado e revelando o observado. Não levando em consideração as lentes e ideologias do observador, para compreender a *composição* dessa paisagem, que:

É comumente utilizada para designar um conjunto estruturado de formas, cores ou coisas. [...] Diz-se assim, por exemplo, de uma imagem (fotografia, pintura etc.) que ela possui uma composição, ou seja, as diversas coisas figuradas têm estrutura que as associa dentro de um mesmo enquadramento. A paisagem é também, nesse mesmo sentido, sempre uma composição. Formas de relevo, diferentes tipos de cobertura vegetal, ocupação das terras, entre muitos outros elementos, se associam de maneira original e configuram uma paisagem. [...] paisagens são representações de uma área. Elas colocam em cena formas, volumes, coberturas vegetais, acidentes geográficos (rios, cachoeiras, picos, vales etc.). Podem também mostrar áreas cultivadas, habitações, cenas triviais da vida social, entre outros elementos. Elas têm, conseqüentemente, relação direta com os objetos tradicionalmente trabalhados pela geografia e desde cedo os geógrafos encontraram nesse tipo de representação muito interesse (Gomes, 2013, p. 110).

Nesse caso, o turismo, a partir de uma visão simplista do termo paisagem, utiliza-se muito dessa “composição”, divulgando paisagens representativas de destinos em todo o mundo. Busca-se, a partir da promoção (Figura 7), não apenas captar o visitante, mas também usá-lo (suas memórias, registros de viagem) como publicitário desse mesmo destino.



Figura 8. Propaganda publicitária e diário de viagem a Natal-RN [Fotografia] Férias em Natal RN - 2015 - Gopro Hero 4. Recuperado em 25 de maio de 2016, de <http://flecturismo.com.br> e www.youtube.com, respectivamente

Ainda sobre paisagem, Deffontaines (1952), apontando o homem e sua relação com o espaço como cerne da questão geográfica, considera o sujeito como fabricante de paisagem. Paisagem seria essa unidade importante para o debate acadêmico na geografia e em outras áreas. E na discussão aqui proposta – essa que dialoga com as espacialidades criadas a partir dos fluxos turísticos sobre os destinos - a ideia de paisagem se desenvolve no olhar sobre a relação entre visitantes e moradores sobre a cidade turística. Para tanto, atenta-se para os atrativos naturais e histórico-culturais, abrigando equipamentos turísticos (hospedagem, A&B, entretenimento, transporte), e os reflexos das mudanças na paisagem da sociedade receptora (Xavier, 2007) – neste caso os destinos de massa Recife-PE e Natal-RN, capitais do nordeste brasileiro.

Ainda sobre esse termo, tão comum na oralidade e escrita diuturnamente das pessoas, que a interpretam de maneira diversa, pode-se dizer que paisagem é:

Palavra de uso cotidiano, que cada pessoa utiliza a seu modo; o que não impediu de se tornar um vocábulo à moda. Paisagem, uma destas noções utilizadas por um número sempre crescente de disciplinas, que muitas vezes ainda se ignoram. Paisagem, enfim, um dos temas clássicos da investigação geográfica. Conforme o interesse do que é objeto ou uma maneira como se encara a própria noção de paisagem difere. Se um geógrafo, um historiador, um arquiteto se debruçarem sobre a mesma paisagem, o resultado de seus trabalhos e a maneira de conduzi-los serão diferentes, segundo o ângulo de visão de cada um dos que a examinam (Chantal & Raison, 1986, p. 138).

Apesar do uso do termo em diversas áreas do conhecimento, e com sentidos e aplicações distintas muitas vezes, e de sua apropriação inclusive no vocabulário cotidiano, é nos estudos geográficos que a paisagem ganha destaque. Na geografia ela pode ser entendida objetivamente, segundo Santos (1991), como moldura – recorte espacial do olhar sobre a acumulação das atividades de muitas gerações, sendo a proposta desvendar, entender, elencar e buscar as distinções de determinado espaço, se utilizando principalmente de “elementos

visíveis”. Apesar de certa unidade na interpretação, ainda se observa diferentes correntes na própria geografia que estudam a paisagem de maneira distinta.

Contudo, uma clivagem filosófica de fundo conserva-se fundamental até os dias de hoje: de um lado defende-se a necessidade de descrição das conformações naturais e culturais do espaço; de outro se define a paisagem eminentemente como representação subjetiva do olhar. Longe de conduzir a um consenso, esta encruzilhada é o nó górdio de toda geografia que admite ontologicamente o conceito de paisagem (Maciel, 2001, p. 10).

Tentando estabelecer uma linha de raciocínio que atente para as defesas conceituais das correntes, e incorporando suas escolas e autores, para este trabalho, entende-se que a fisionomia da paisagem (para o registro em vídeo de viagem) se expressa nas conjecturas econômicas, relações sociais, culturais e políticas que se dão no espaço. A paisagem poderia ser entendida como premier do movimento turístico sobre o destino, sendo, para além da descrição de um dado espaço (pesquisador), um trabalho de valorização da percepção-visão e descrição por parte do pesquisado (sujeito-turista e sua relação com o destino).

Autores como Machado (1988) compreendem a paisagem a partir de três elementos: paisagens, pessoas e a interação entre as partes. E sobre a percepção da paisagem turística na perspectiva dos sujeitos na sua interação (turistas imbuídos em suas escolhas de captação de imagem de elementos culturais, sociais, econômicos e políticos do destino receptor), acredita-se, neste trabalho, ser possível tecer considerações sobre como as pessoas veem a localidade que visitam. Haja vista que:

A paisagem se transformou então em rica categoria para compreendermos as disjunções na contemporaneidade a partir de paisagens étnicas (*ethoscapes*), midiáticas (*mediascapes*), tecnológicas (*techscapes*), e ideológicas (*ideoscapes*) ([grifo meu], Appadurai, 1999, p. 312, citado em Lopes, 2010, p. 94).

Apesar de considerar o recorrente e consolidado uso da unidade de paisagem, sua utilização pela geografia remonta ainda ao início dessa ciência. Nesse período os estudos

envolveram contribuições de pesquisadores da *escola alemã* do século XIX sobre a *Landschaft* (paisagem), como Alexander von Humboldt e Karl Ritter, Ferdinand von Richthofen e Friedrich Ratzel, além de Siegfried Passarge, e Carl Troll, já no século XX.

A partir de um olhar naturalista – a paisagem para diversos autores dessa corrente germânica consistiria na análise da relação homem e natureza. Buscava-se explicar claramente as condições sobre as quais os fenômenos se manifestam no espaço sitiado (Barbosa & Gonçalves, 2014), tendo a ideia de paisagem associada a meio ambiente, e paisagem associada à cultura. Esses seriam traços importantes da corrente alemã, que também atuou na geomorfologia, cartografia e cientificação da geografia.

O enfoque funcional é o resultado da observação de que todos os geofatores, inclusive a economia e a cultura, se encontram em interação. Segundo a importância da intervenção do homem, distinguem-se paisagens naturais e paisagens culturais. Estas últimas incluem, além dos fenômenos naturais, os pertencentes à economia, ao cultivo, ao tráfego, à população com sua língua, sua tradição e sua nacionalidade, à estrutura social, às artes e à religião (Troll, [1950], 1997, p. 3).

Nessas leituras sobre tal conceito, referencia-se também Passarge, que desenvolveu uma pesquisa dedicada ao estudo da paisagem e ação do homem – *Die Grundlagen der Landschaftskunde* (1919). Além dele, pode-se citar Carl Troll, que discutiu a geografia a partir do que ele denominou de Ecologia da Paisagem – Geoecologia da Paisagem, com interpeção da ecologia e influência da biologia em sua análise. Tal arcabouço influenciou outras correntes importantes da geografia. Abordagens que têm em seu posicionamento científico a paisagem normalmente como “uma representação correta da forma da superfície, do solo e da massa visível de rocha na superfície, da cobertura vegetal e corpos de água do litoral e do mar, da vida animal visível na área e da expressão da cultura humana” (Passarge, 1919, p. 1). Poderíamos entender cartões postais turísticos como tendo a capacidade de

sintetizar representações de alguma maneira, expressando elementos naturais, culturais e sua dinâmica (Figura 8).



Figura 9 . Cartão Postal da Rua da Aurora e Rio Capibaribe (Recife Antigo-PE) [Fotografia] Recuperado em 20 de junho de 2016, de [http:// www.robortajungmann.com.br](http://www.robortajungmann.com.br)

A *escola soviética* de geógrafos (que tem em diversas obras certa influência da corrente alemã, importante para os futuros estudos de mapeamento na geografia), estudou a paisagem caracterizada pela criação do Complexo Natural Territorial [CNT] (1912). Obra de Dokoutchaev, que, segundo Lima e Maciel (2011, p. 4), “trouxe uma nova abordagem com relação aos elementos da natureza, [...] na qual inclui os processos físicos, químicos e bióticos, colocando a vegetação como diferenciadora nas tipologias das unidades de paisagem e o solo como produto da interação entre o relevo, clima e a vegetação”. Dessa maneira, se desvencilha do caráter funcional do estudo geográfico do espaço, a partir de uma abordagem mais “fisionomista” para a ciência que se apresentava. Abordagem essa em que a paisagem era a categoria principal das pesquisas no campo geográfico.

Ao fazer alinhamento com os usos turísticos, é fácil perceber em discursos publicitários um apelo fisionomista de paisagem turística, como, por exemplo, a associação do turismo de sol e praia (Figura 9) à cidade de Natal, ao seu clima tropical, mar de

temperatura amena, vegetação de mata atlântica de transição e restinga e formação dunar, mesmo considerando outras características da região.



Figura 10. Paisagem publicitária da Praia de Ponta Negra – Natal-RN[Fotografia]
Recuperado em 25 de maio de 2016, de [http:// www.compartilheviagens.com.br](http://www.compartilheviagens.com.br)

Ainda seguindo nessa apreciação do conceito de paisagem, a corrente soviética “prende-se mais ao sistema físico do que à vegetação, e reuniu os conceitos da *landschaft* alemã e do CNT de Dokoutchaev” (Maximiano, 2004, p. 83), assimilando, de certa forma, o naturalismo germânico com a criação do termo *Naturlandschaft* (paisagem natural). Isso para justificar a análise de áreas naturais e sua descrição com uso de cartografia, sendo os soviéticos grandes colaboradores da geografia física (paisagem objetiva que é bastante utilizada – precisa ou ilustrada – em deslocamentos turísticos – Figuras 10 e 11), a partir dos mapas em diversas escalas. Suas contribuições no campo da cartografia resultam da:

Necessidade de inventar meios eficazes para estudar vastas extensões pouco habitadas; (além das) tradições das grandes expedições; a participação ativa dos militares e engenheiros nas investigações geográficas; a inspiração dos naturalistas russos no século XIX pelas ideias da *Natur Philosophie*; sem esquecer as perturbações políticas e a influência da ideologia marxista no século XX ([grifo meu], Frolova, 2007, p. 160).

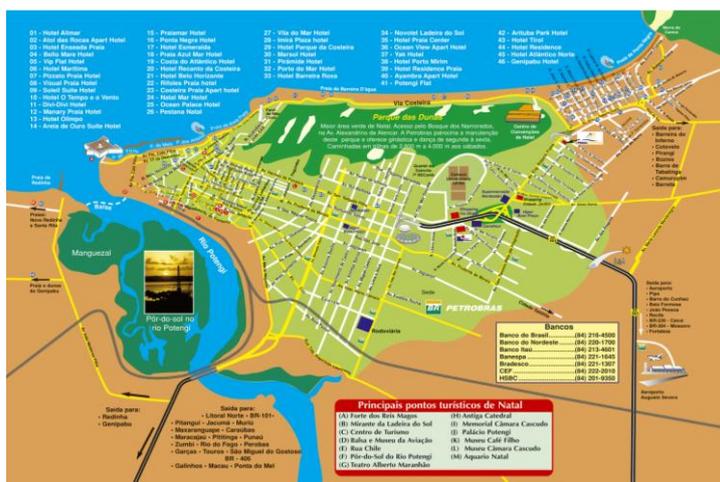


Figura 11. Mapa pictórico turístico de Natal-RN [Mapa] Recuperado em 20 de agosto de 2016, de <http://mapasblog.blogspot.com>



Figura 12. Mapa de evento cultural no Recife Antigo [Mapa] Recuperado em 25 de maio de 2016, de <http://www2.recife.pe.gov.br>

Também influenciado pela corrente alemã, pode-se observar o trabalho de parte da *escola francesa*, apesar do entendimento de uma paisagem menos naturalista e mais dinâmica e processual (Schier, 2003), com nomes como George Bertrand, Jean Rochefort, André Cailleux e Jean Tricart e Paul Vidal de La Blache (séculos XIX e XX). Esse último apresenta a paisagem numa perspectiva descritiva de região (Barbosa & Gonçalves, 2014, p. 09), destacando a cultura enquanto elemento conversor e transformador do meio ambiente. Ou seja,

Une individualité géographique ne résulte pas de simples considérations de géologie et de climat. Ce n'est pas une chose donnée d'avance par la nature. Il faut partir de cette idée qu'une contrée est un réservoir où dorment des énergies dont la nature a déposé le germe, mais dont l'emploi dépend de l'homme. C'est lui qui, en la pliant à son usage, met en lumière son individualité. Il établit une connexion entre des traits épars; aux effets incohérents de circonstances locales, il substitue un concours systématique de forces. C'est alors qu'une contrée se précise et se différencie, et qu'elle devient à la longue comme une médaille frappée à l'effigie d'un peuple (La Blache, *Tableau de la géographie de la France*¹⁵, 1908, p. 6).

Seu estudo no campo da paisagem está diretamente ligado ao sítio da locação onde o homem interage, adapta e modela a natureza e, na mesma medida, é por ela modelado dicotomicamente de uma forma pouco determinista. La Blache entende que, por um lado, as situações impostas pela natureza fogem à decisão humana em certa medida, mas também que a interação do homem com o meio permite alterações importantes na área estudada. Reconhece assim a importância da particularidade nas formas de atuação humana sobre o meio, como artefatos, instrumentos, ofícios, linguagens, práticas familiares e culturais, alimentares, habitacionais, de cultivo e exploração, entre outros aspectos da vida cotidiana (do lazer e turismo, por exemplo). Aspectos que desenham a ininterrupta relação do homem com a natureza (em pequena ou grande escala), dando a essa questão o nome de “gênero de vida”. Elementos que muitas vezes são apropriados como produto turístico, mas nem sempre de maneira harmônica.

O conceito de “gênero de vida” parece ser o mais recorrente e mais utilizado quando se quer tratar das suas contribuições, que enaltecem a importância de estudos que envolvam a paisagem enquanto:

¹⁵ Uma individualidade geográfica não resulta da simples consideração da geologia e do clima. Isso não é uma coisa dada de antemão pela natureza. É preciso partir da ideia de que uma região é um reservatório onde dormem energias na qual a natureza depositou o germe, mas cujo emprego depende do homem. É ele quem, ao submetê-las ao seu uso, traz à luz sua individualidade. Ele estabelece uma conexão entre os traços dispersos; aos efeitos incoerentes de circunstâncias locais ele substitui um concurso sistemático de forças. É só então que uma região se precisa e se diferencia e transforma-se, por extensão, numa medalha cunhada à esfige de um povo (La Blache, p. 8, com Tradução de Dantas & Medeiros, 2008).

Tradução da vida geográfica do globo na vida social dos homens. Reencontramos nestas formas de civilização a expressão de causas gerais que atuam sobre toda a superfície da terra: posição, extensão, clima, etc. Elas engendram condições sociais que, sem dúvida, apresentam diversidades locais, mas que, entretanto, são comparáveis em zonas análogas. Trata-se, portanto, de uma geografia: geografia humana ou geografia das civilizações (La Blache, 2007, p. 9).

Para além dos pensamentos lablachianos que nutrem pesquisas da geografia, a escola francesa contou ainda, mais adiante, com o olhar de Bertrand (1968). Pesquisador que entende a paisagem numa perspectiva de geossistema, com olhar naturalista, mas projetando também a ação do homem nas suas análises.

A paisagem não é a simples adição de elementos geográficos disparatados. É, **numa determinada porção do espaço**, o resultado da combinação dinâmica, portanto instável, de elementos físicos, biológicos e antrópicos que, reagindo dialeticamente, uns sobre os outros, fazem da paisagem um conjunto único e indissociável, em perpétua evolução ([grifo meu], Bertrand [1968], 2004, p. 1).

Seguindo essa abordagem, pode-se destacar novamente a obra do brasileiro Milton Santos (1991, p. 61), que definiu a paisagem como “o domínio do visível [...] mas também de cores, movimentos, odores, sons etc.”. Essa concepção entende os elementos naturais e sociedade humana como a força motriz das discussões, sendo essa paisagem um palco onde se pode desvendar os passos socioespaciais de um grupo. No caso do turismo, esse conceito pode ser entendido como um quadro que registra as relações socioespaciais entre visitantes e residentes, envolvidos pelo setor de viagens.

Retomando a ideia das contribuições da escola francesa para a paisagem geográfica, diversos são os pesquisadores influenciados por La Blache, Jean Rochefort, Bertrand e seus contemporâneos, podendo ser elencados nomes mais recentes como Yves Lacoste. Autores que veem as atividades sociais e culturais de um grupo como fatores determinantes para o estudo do espaço geográfico – inclusive na perspectiva urbana.

Nessa breve passagem pelas escolas da geografia que se dedicaram a estudar a paisagem enquanto cerne da discussão, ainda é possível elencar *a escola anglo-saxônica ou anglo-americana*, com nomes como Richard Hartshorne. Esse que alinha a ideia de paisagem ao conceito de região, enquanto agregação singular de fenômenos, sejam eles sociais ou naturais, sob um determinado local.

Para além dessa perspectiva e de debates sobre ecossistema, nomes como Caul Sauer (da Escola de Berkeley), que, inspirado em geógrafos da sua época, além da corrente alemã e francesa, atentam para a apreciação integrada dos elementos que compõem a “cena terrestre” (Sauer, 1925/2012). Não seria cena estática, mas aquela que revela a dinâmica integração (adaptação humana-cultura) naquele sítio espacial em dado momento – contribuindo para a consolidação da corrente geografia cultural.

A geografia cultural desempenhou, na história do pensamento geográfico, um significativo papel, oferecendo uma contribuição particular para a compreensão da ação humana sobre a superfície terrestre. No âmbito desta perspectiva, sobressai-se a Escola de Berkeley que, entre 1925 e 1975 aproximadamente, caracterizou a geografia cultural norte-americana. A partir do último quartel do século XX, a geografia cultural ganha novas abordagens, trilhando novos caminhos (Corrêa, 2001, p. 9).

Autores brasileiros e estrangeiros, que ajudam atualmente a trilhar esse novo caminho denominado de *Nova Geografia Cultural* – fundamentam-se nas ideias da escola de Berkeley. Mas avançam em discussões embasadas na fenomenologia, no materialismo histórico, na dialética e na hermenêutica, associando-se a estudos da antropologia, história e ciências sociais (Corrêa, 2011).

Essas associações também valorizam a categoria de paisagem em suas pesquisas e têm ainda em Sauer forte inspiração. Como apontam Lobato Corrêa e Zeni Rosendahl, ao referir-se à obra *The Morphology of Landscape*, de 1925, na qual a paisagem geográfica se

divide em recursos naturais dispostos no espaço, e atuação – marca do homem sobre esse mesmo espaço (cultural):

A paisagem geográfica é vista como um conjunto de formas naturais e culturais associadas em uma dada área, é analisada morfológicamente, vendo-se a integração das formas entre si e o caráter orgânico ou quase orgânico delas. O tempo é uma variável fundamental. A paisagem cultural ou geográfica resulta da ação, ao longo do tempo, da cultura sobre a paisagem natural (Corrêa & Rosendahl, 1998, p. 9).

Considera-se o valor da geografia cultural, porém, destaca-se aqui a adesão aos autores contemporâneos, esses que estão alinhados à Nova Geografia Cultural, e cujo início remonta à década de 1970, com nomes como Denis Cosgrove e Paul Claval, entre outros.

Importante para este trabalho, a paisagem na perspectiva da Nova Geografia Cultural dando voz às interpretações do sujeito, surge enquanto “reflexo”, composição imagética, e que oferece em sua representação elementos da composição natural, acrescidos de relações sociais e desdobramentos culturais – aqui em capitais turísticas do nordeste brasileiro. Isso com base na ideia de que paisagem é a extratificação de um momento da sociedade sobre a terra e se manifesta na representação construída pelo sujeito (aqui turista em sua relação com o destino e/ou seus residentes – Figura 12).



Figura 13. “Selfies” em Natal-RN e Recife-PE [Fotografia] Recuperado em 30 de dezembro de 2016, de [http:// pt.suptrotters.com](http://pt.suptrotters.com) e ink361.com respectivamente

Com essa ideia, inaugura-se na análise geográfica sobre a paisagem um viés fenomenológico – da percepção advinda do sujeito enquanto instrumento de interpretação e

análise de sentimentos e representações que ditam a relação do homem com o espaço. Nessa abordagem se emancipa a paisagem visível, sensível aos sentidos, cheia de significados subjetivos e concretos, presentes na manifestação da cultura do sujeito em sua coletividade.

Ou seja:

Uma forma da Terra na qual o processo de modelagem não é de modo algum imaginado como simplesmente físico. Ela pode ser, portanto, definida como uma área composta por uma associação distinta de formas, ao mesmo tempo físicas e culturais. Por definição, a paisagem tem uma identidade que é baseada na constituição reconhecível, limites e relações genéricas com outras paisagens, que constituem um sistema geral. Sua estrutura e sua função são determinadas por formas integrantes e dependentes. Considera-se, portanto, em certo sentido, que a paisagem tem uma qualidade orgânica (Sauer, 1925/2012, p.187).

A essência orgânica da paisagem permite entender recortes das relações socioespaciais, os gêneros de vida, a cultura e o meio ambiente, de maneira a validar o olhar do sujeito que nele circula. Com isso, é possível elucidar de alguma maneira temas da vida cotidiana e de permanência turística em espaços urbanos e rurais, globalizados ou isolados, consolidados na imaginação geográfica daqueles que moram ou visitam esses espaços.

Segundo Cosgrove (2012), a nova geografia cultural entende a paisagem como sintetizadora de espacialidades, de representações desse olhar dos grupos sitiados por essa mesma paisagem que, de alguma maneira, a concebem e com ela se identificam. Assim, é possível perceber a frequente utilização de conceitos como imagem, imaginário, imaginação geográfica, entre outros elementos que dialogam com a assimilação dos sujeitos sobre o vivido.

Nos últimos vinte anos, a geografia cultural tem-se centrado em vários quadrantes de estudo [...] sobre a ideia de paisagem. Seguindo a divisão apresentada por Mitchell (2000), podemos evidenciar a análise da paisagem como forma de ver (Cosgrove e Daniels, 1988) e como um texto (Duncan, 1990), da paisagem urbana contemporânea (Davis, 1998; Knox, 1993) [...]. Por outro lado, uma vez que os estudos da diferenciação social do espaço ganharam importância na

geografia da paisagem, surgiu o interesse na análise da espacialidade (Sarmiento, 2012, p. 129).

Diversa em sua abordagem, com pesquisas que demonstram o diálogo e a aproximação de estudos geográficos, a perspectiva cultural enaltece em sua estrutura a interpretação, a sensibilidade humana, ao relacionar-se com o meio. Nessa linha, as produções, os relatos, as artes, os registros de viagem – como acredita esta investigação – podem se transformar em material importante para pesquisas de representação na paisagem geográfica ao compreender que:

Essa dualidade da paisagem – real e representação – permite que sua manifestação concreta se ofereça à análise do tipo positivista, que localiza, mensura, classifica e descreve; no entanto, impõe reconhecer que ela existe primeiro em sua *relação* a um sujeito coletivo: a sociedade que a produz, reproduz e a transforma em função de uma certa lógica. Nesse sentido, ela exprime uma civilização, é uma marca, uma *geo-grafia*, ou seja, uma escrita no espaço, e tem de ser interpretada no contexto histórico das sociedades. Paralelamente, a paisagem é também uma *matriz*, na medida em que ela participa dos esquemas de percepção, de concepção e de ação, ou seja, de cultura, que orientam numa certa direção a relação de uma sociedade com o espaço e com a natureza (Castro, 2002, p. 122).

No que concerne ao efetivo uso da interpretação do homem sobre o meio, os estudos com viés geográfico cultural valorizam as práticas do cotidiano, do trânsito, das permanências, dos êxodos, resistências, sucumbências, solidariedades e transformações que se dão no espaço. Tais práticas podem nutrir conjecturas sobre as relações socioespaciais que acontecem em destinos turísticos. Essas relações podem ser encontradas nas paisagens culturais (Sauer, 1925/2012, p. 69), que resultam da ação do homem sobre o meio (paisagem natural), transformando-a em pequena (ruralidades) ou grande escala (urbanidades), reinventando ininterruptamente os elementos dessa paisagem (Figura 13).

Ao se estudar a paisagem, neste caso das cidades turísticas de Recife-PE e Natal-RN, e a partir da interpretação do sujeito-turista, a pesquisa abarca cenas urbanas com forte apelo arquetetônico (prédios históricos, disposição do trânsito, ruas, vilas e calçadões), estético e

natural (praias, dunas, morros), características de destinos turísticos do litoral nordestino brasileiro. Mas avançam também em cenários que podem ultrapassar o corredor oficial do turismo nessas cidades e alcançar aglomerações ora padronizadas e elitistas, ora favelizadas, isoladas e pobres, onde a “luminosidade” da justiça social não chega.



Figura 14. Esquema de Paisagem Cultural

Nota: Esquema de Paisagem Cultural. A morfologia da paisagem, p. 69, de Sauer, C. (1925/2012). A morfologia da paisagem. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendahl (Orgs.) *Geografia cultural: uma antologia* (v. I, pp. 181-218). Rio de Janeiro: EdUERJ.

É dessa paisagem cultural que se quer falar, que revela através de registros de viagem o que está para além da obviedade do “prazer turístico” explícito nos *vlogs* postados no youtube. Esta pesquisa busca desvendar questões fundamentais para pensar a forma como o turismo se apresenta aos olhos dos que com ele dialogam – destacando até os que parecem ter sido esquecidos por ele. A observação por parte do pesquisador é seu papel mais desafiador. Haja vista que dele se espera uma apreciação reveladora, contextualizada e sensível. Assim, cre-se necessário “reunir, comparar e decifrar os padrões espaciais constatados, buscando analisar a localização dos elementos, a teia de relações que os unem e os processos que os ensinam e alteram” (Maciel, 2001, p. 2).

O exercício aqui é ver para além das caminhadas históricas e culturais dos turistas pelas pontes, ruas e prédios do Recife. É preciso entender o que está mais adiante do convívio turístico à beira-mar da praia de Boa Viagem, junto aos moradores ricos e pobres que por lá circulam, trabalham, se divertem, enfim, vivem e consomem o espaço citadino.

A iniciativa é compreender de que maneira o turista que visita à orla de Natal-RN compartilha (ou não) espaços com seus moradores. Nas areias da Praia de Ponta Negra, do Meio ou Redinha, os visitantes e residentes interagem “sob o mesmo sol”? Com o mesmo papel e direito social? A circulação fora do espaço turístico, o convite para adentrar a cidade, ocorre?

As paisagens por turistas captadas e representadas em seus *vlogs* nutrem o esclarecimento sobre enclaves ou integração turística. Feito isso, a pesquisa verá nas paisagens de Recife e Natal, a expressão contemporânea das forças que integram e segregam sujeitos locais e visitantes. Mas também entenderá o movimento que revela coerências e contradições do urbano, com locais de abandono e de planejamento, cenários do trabalho e de prazer, fluidez e apatia, a paisagem citadina cinza, e a paisagem turística modificada pelo capital e sua dinâmica parcimoniosa – pares importantes a se estudar. Nesta análise,

O texto de uma interpretação geográfica da paisagem é o meio pelo qual transmitimos seu significado simbólico, através do qual *representamos* esses significados. Inevitavelmente, nossa compreensão é informada por nossos próprios valores, crenças e teorias, mas está apoiada na busca de evidência de acordo com as reconhecidas regras desinteressadas do mundo acadêmico. No ato de representar uma paisagem, palavras escritas e mapas, que são códigos simbólicos, são as principais ferramentas de nosso ofício. (Cosgrove, 2012, p. 230).

Entretanto, toda e qualquer produção cultural (espontânea ou elaborada), pode ser alvo elucidativo dessa paisagem. Quanto a isso, numerosos são os pesquisadores que se debruçam sobre as mais diferentes fontes, como música, pintura, fotografia, dança, grafite, cinema, entre outras representações da paisagem, para debater os desdobramentos dessa mesma paisagem. Essa que “é uma marca, porque exprime uma civilização, mas também é uma matriz, porque participa de esquemas de percepção, de concepção e de ação – isto é, da cultura – que canalizam, em um certo sentido, a relação de uma sociedade com o espaço e com a natureza” (Berque, 1998, p. 85).

Com o interesse pela descrição e compreensão da interface sociedade-espço em quadros imagéticos que podem ser compreendidos como paisagem aos olhos da geografia cultural, a REPRESENTAÇÃO se torna um conceito fundamental de estudos com essa perspectiva. Haja vista que dela – da ótica, da apreensão, da interpretação do sujeito (aqui o turista) sobre o meio – emergem os estudos sobre paisagem cultural.

As transformações do meio e do homem com seus signos, discursos, entendimentos, são a fonte maior de estudos dessa natureza. E para esta pesquisa a relação do turista com essas capitais nordestinas, observada a partir da paisagem captada por vídeos de registros de viagem, aponta para a valorização do audiovisual como instrumento que retrata também a dinâmica socioespacial.

A representação que o homem tem sobre a paisagem da qual faz ou temporariamente fez parte – nesse caso, a paisagem urbana de destinos turísticos, surge da matéria-prima que são os registros de viagem às cidades de Recife-PE e Natal-RN. Eles são representações que permitem o entendimento do nível de integração e segregação nos meandros da cidade a partir de seus elementos visíveis.

Nesse sentido, considera-se a paisagem como uma composição mental da relação homem-meio. Enquanto isso, a representação funcionaria como a externalização desse sistema de significados – cena concebida e conceptora (marca e matriz) de uma paisagem edificada pelo(s) observador(es), construção coletiva resultado de experiências individuais que, integradas, legitimam paisagens compartilhadas.

Do modo mais amplo possível, a paisagem pode ser compreendida como um trabalho discursivo de ordenamento da imagem do mundo a partir do ambiente próximo, concreto e apreensível pelos sentidos humanos, mediante estruturas mentais correntes no universo cultural de cada época e de cada povo (Maciel, 2001, p. 11).

Ou seja, a paisagem torna-se o resultado final de um universo de sentidos advindos das perspectivas “estéticas, funcionais e morais. [...] sendo uma combinação de pontos de vista objetivos e subjetivos, que tem lugar no ‘olho da mente’” (Xavier, 2007, p. 40).

O ato de representar – seja em qualquer linguagem abstrata ou concreta – pode ser encarado como a maneira como o indivíduo ou o coletivo externaliza a equação entre o que ele interpreta do mundo (como o turista, neste caso, interpreta o destino e os seus moradores) e sua colaboração para a extensão ou ruptura dos padrões socioespaciais contidos na paisagem.

Quanto ao papel da representação no estudo da paisagem turística, o audiovisual espontâneo de viagem pode ser uma fonte importante para se pensar o simbolismo, além dos valores que os indivíduos dão a sua relação com o espaço, nesse caso – urbano e turístico. Ou seja, elucidar questões presentes na paisagem a partir da representação dessas cidades em registros de viagem, é buscar o cerne dos elementos do imaginário turístico, é querer percorrer a mente dos turistas, esses que compuseram a paisagem dessas cidades turistificadas pelo poder do capital.

Esse valor dado à representação nos estudos da paisagem – enquanto construção socioespacial – também pode ser observado na obra de Besse (2014, p. 12). Esse filósofo que, de alguma forma, se aproxima da geografia cultural, e considera a paisagem “como uma representação cultural, como um complexo sistêmico articulando os elementos naturais e culturais numa totalidade objetiva”.

Enquanto criadoras de sistemas simbólicos, ícones das relações sociais, as representações presentes na paisagem enaltecem e sintetizam o contexto onde o ajuntamento social se reconhece. Levar em consideração o contexto na análise de conteúdo dessa paisagem turística auxilia no controle de uma inquietação comum às críticas à paisagem

estudada a partir da sua representação. Estudar profundamente a paisagem (suas causas e efeitos) nos afasta da crítica, e permite que abandonemos:

A dualidade entre uma realidade e suas representações e instituímos que a realidade é ela mesma um sistema representacional, podemos vê-la como construção objetiva, unificada, com coerência interna (lógica) e externa (empírica), e assim abandonar as tradicionais e comuns oposições real/pensamento, coisa/ideia, objeto/sujeito (Gomes, 2013, p. 167).

E nesse campo da paisagem, podem-se acrescentar ideias de Gomes (2013, p. 20) sobre *regime de visibilidade*. Nesse regime surgem os elementos e as estratégias que compõem o olhar geográfico do indivíduo e do grupo, uma espécie de “cartografia do olhar” que associa realidade-representação-realidade na construção determinista da representação. Sendo assim,

O exame da espacialidade, onde estão situados o “olhar” e o “olhado”, nos abre todo um campo inédito de análise. Empregar a expressão ponto de vista com um sentido metafórico de concepção quer dizer que, tal qual quando olhamos uma paisagem, escolhemos a posição do nosso olhar e, a partir dessa posição, serão determinados o ângulo, a direção, a distância, entre outros atributos que são posicionais (Gomes, 2013, p. 20).

Essa concepção, de alguma forma, dialoga com o termo “imaginação geográfica”, presente em estudos da geografia cultural. Essa que se aproxima do aparato da linguagem visual. O registro em vídeo de viagem [VLOG] é um exemplo de um auxiliar na criação de tal imaginação e trata do ordenamento do pensamento do sujeito para a compreensão da paisagem e de sua representação (aquele que assiste a um vlog de viagem, matéria jornalística ou publicitária de um destino). O VLOG dessa forma também cria significados a representar – mediante faculdade imaginativa e sua relação com a paisagem (aquele que concebe o vídeo turístico, neste caso).

O conceito de imaginação geográfica firma-se nas proposições teóricas que almejam dar relevo à interpretação dos fenômenos

socioespaciais quer estejam associados a uma perspectiva da natureza, quer estejam atrelados às práticas simbólicas cujos elementos discursivos indicam um processo que envolve a produção de paisagens culturais, de lugares ou territórios e territorialidades simbólicas (Costa, 2012, p. 49).

As representações são, dessa forma, o resultado das equações que se desenvolvem na imaginação humana – nesse caso – geográfica e turística, mas eminentemente mental, fortalecida pela experiência de mundo do homem individualmente, mas também dele como ser social – vinculado a um grupo. Com base nisso, sintetiza-se a linha de raciocínio segundo a qual a imaginação geográfica se mostra como motor da representação externalizada pelo indivíduo e que, seguidamente, essa se deleita sobre a paisagem. Dessa maneira,

A paisagem então revela-se uma ligação essencial entre *geo-grafia* e o imaginário social, uma articulação entre a imaginação e o espaço, pois o imaginário reporta-se aos objetos geográficos e reflete, embora transformando, as relações que o homem estabelece com o espaço, criando uma materialidade para a memória coletiva e fundando o que podemos chamar de imaginário geográfico (Castro, 2002, p. 125).

Ao estudar o imaginário construtor e construído pela representação da paisagem, se quer chegar a discussões sobre integração/segregação (mas, também fragmentação) socioespacial no seio de cidades turísticas, destacando-se conexões simbólicas. Essas que estariam envolvidas na experiência, no olhar do turista sobre esses espaços – olhar esse influenciado pela manipulação do *trade*, mas também pelo seu interesse pelo novo, status, além de seus hábitos distintivos (Urry, 2001). E para isso, diversas pesquisas como esta se dedicam à descrição e decodificação da experiência do homem (Claval, 2001), a partir do seu próprio olhar, sua impressão, seus valores e reflexões sistematizadas ou espontâneas.

Esse imaginário geográfico pode estar presente, como visto anteriormente, nas mais diversas representações. E, estando no seio da geografia cultural, são comuns pesquisas com a utilização de registros variados presentes na contemporaneidade, enfatizando (como já mencionado aqui) o audiovisual – registro fílmico de viagem.

Para este raciocínio, os audiovisuais como um todo são produtos ininterruptamente compartilhados, postados acessíveis e visualizados num alcance nunca antes visto. São não apenas produções elaboradas e com argumentos artísticos, mas também resultado da atual e cotidiana relação do homem com os objetos informacionais que podem gerar *selfies*, fotografias, vídeos que registram o cotidiano laboral, familiar, do lazer, assim como o pitoresco, o exótico, o status que é sua viagem turística.

Ver esses produtos para além de composições para compartilhamento na internet, mas como representações da paisagem geográfica, nos permite acreditar no *vlog* como um fragmento que em dado momento – individual ou integrado a outros fragmentos sobre a mesma paisagem. Ele seria uma composição textual – uma interpretação sobre a paisagem. Não se está concluindo aqui que essas imagens sejam a reprodução fidedigna da realidade (Hopkins, 2009; Name, 2013), mas devem ser entendidas como representação que está imersa em um contexto onde seus idealizadores (turistas) – enquanto seres sociais que experienciaram a paisagem turística – constroem narrativas que de alguma forma sintetizam suas ideologias, conflitos, expectativas, desilusões, afetos e sentimentos.

Estando ancorado objetiva ou subjetivamente na experiência do real, mesmo reconhecendo que o audiovisual tem seus filtros, suas manipulações na escolha, não se pode negar que tais linguagens podem servir como ferramentas importantes no entendimento sobre a paisagem como representação, e sua conexão com a imaginação geográfica (Crang, 1998). Isso ocorre, principalmente, por concordar que essas imagens, assim como o cinema tradicional,

São indissociáveis das representações cotidianas de gênero, classe e raça de cada sociedade, grupo ou pessoa, isto é, das divisões, classificações e delimitações relativamente estáveis que organizam a apreensão do mundo, do espaço e do Outro (**turistas e residentes**). É um equívoco, portanto, pensá-las como meras instâncias ideológicas forjadas, narrativas mentirosas, sem sentido ou fidelidade ao real, pois sempre dizem respeito ao real e ao presente: como qualquer

representação, por elas diferentes lugares, momentos e questões sociais são vividas e decodificadas, de forma partilhada ([parênteses e grifo meu], Name, 2013, p. 65 ao se referir às ideias de Chartier, 1990).

E dando ênfase ainda às reflexões de Name (2013), é condição fundamental entender que quando o audiovisual se constitui numa representação da paisagem, ele tem seu sentido relacional, denunciativo, moldador e que molda (marca e matriz) as percepções dos seus elaboradores e espectadores.

Entender que o audiovisual (desde sua concepção até sua exibição e reflexão do espectador) está imerso em seu contexto socioespacial, exige do pesquisador a compreensão do contexto, como já mencionado. Mas vale ressaltar que é importante ir além do discurso por ora eufórico e reducionista de viagem, e conhecer os meandros, os porquês, as escolhas, os disfarces que se apresentam no jogo representativo das paisagens turísticas de Recife-PE e Natal-RN. Quanto a essa busca, Souza (2013), referindo-se à obra de Castoriadis, afirma que:

Uma “produção” pode ser, muitas vezes, essencialmente, *repetição*, *reprodução*. Por várias razões, ligadas à compreensão da perpetuação da ordem socioespacial vigente, é muito importante reter esse significado de “produção”; mas é igualmente importante, tendo como horizonte a reflexão crítica sobre a realidade, ir além dessa acepção, abrindo-se para a reflexão sobre a *criação* em sentido forte (p. 41).

Assim o trabalho aceita o desafio de ir além, acreditando que a linguagem cinemática (aqui interpretada nos registros de viagem) apresenta fecunda opção de fonte reflexiva sobre realidades sociais (Morin, 2014). Logo, podendo dispor de uma preocupação em promover uma reflexão que transcenda o visível (mas também o que está por trás dele), é que a pesquisa se desdobra em uma análise de conteúdo. Ou seja, deseja-se:

Apontar como um filme pode ser potente no pensamento acerca do espaço geográfico ao criar linhas de fuga para a imaginação ou ainda apontar um traço da dimensão espacial da existência a partir de um detalhe, de uma cena, de um sentido que ficou em um dado cenário, em um dado movimento da personagem ou da câmera, em uma dada

textura ou relação espacial encontrada num filme (Oliveira Jr., 2012, p. 127).

Nesse sentido, ao problematizar essa imagem no contexto apresentado, Gomes (2008) defende um conceito bastante pertinente para este trabalho – o conceito de CENÁRIO. Definição essa que, segundo o autor, abarca e integra duas das principais interpretações sobre esse termo comumente usado em diversas línguas de origem latina e anglo-saxônicas.

Ainda segundo o autor, a palavra “cenário” é comumente usada para definir o local onde a cena teatral se desenvolve – palco – *set* – plano para a tomada da cena. Todavia, especificamente em francês, a palavra ganha outro significado – o de elementos narrativos, o enredo, a trama, a história, *script*, que se propõe a acontecer naquele espaço.

Integrando essas duas concepções, a definição argumentada por Gomes (2013) compreende, então, cenário como extrato representativo visual que apresenta elementos concretos, físicos, espaciais, as tomadas, “figurações espaciais”. O cenário seria o palco, mas também as ações dos atores sociais. Tais ações são consideradas como resultados do enredo, do argumento espontâneo, que acontece nessas cidades turísticas. O cenário, então, corresponde:

Concomitantemente a um enredo, uma trama, que é figurada ou fixada nessas imagens. Além de um minucioso exame dos elementos que compõem a imagem, suas posições relativas, os raciocínios que induzem, o tipo de espacialidade que exprimem etc., devemos também tentar compreender os elementos que, embora estejam ocultos ou não explícitos, estão presentes e participam da trama (Gomes, 2008, p. 202).

Essa concepção de cenário – entendendo-o como espaço sitiado – “uma composição” – se aproximaria do conceito inclusive de paisagem, um conceito fundamental nesta pesquisa que envolveria de certa maneira uma apreciação geográfica e turística de cenários-paisagens extraídos desses registros de viagem em capitais nordestinas. O estudo desses cenários foi

motivado pela convicção de que eles têm uma forte conexão com as locações e a imaginação geográfica fertilizada pelas relações socioespaciais. Assim, ao pesquisador, cabe atuar como:

Intérprete, identificar e desemaranhar a organização dessa trama, fazendo aparecer os significados desses elementos. Em outras palavras, a análise ganha a dimensão de um cenário quando incorporamos a trama, seja ela contida na imagem, seja ela constituidora, mas oculta da imagem (Gomes, 2008, p. 203).

Nessa análise conteudista de cenários, que aqui envolve principalmente áreas funcionais de interesse turístico, é preciso enaltecer o cenário como palco e como discurso. Significados esses que evidenciam o “deslocamento dos personagens, a passagem entre os ângulos escolhidos, a associação entre as formas e o conteúdo narrativo, os lugares que os requalificam, são alguns dos dados fundamentais dessa análise” (Gomes, 2008, p. 203).

Todavia, é relevante apontar um terceiro elemento a essa interpretação do cenário-paisagem turística: a significação. Ou seja, as escolhas dos turistas na composição imagética de seus *vlogs* e os significados na coerência e recepção da imagem (espectadores/visualizações e pesquisador) devem ser também reconhecidos no momento de investigação. Exame esse que se debruça sobre cidades de médio e grande porte, como Recife e Natal, e que na mesma medida representam bem os modelos de gestão e práticas turísticas em centros urbanos.

Dessa maneira, estudar tais paisagens, aqui alinhadas com o fenômeno turístico, é também aceitar o “cenário” como locação da experiência do visitante, alimentado por “peças publicitárias” exibidas e reproduzidas pelo turista na estada turística (Figura 14). Essa cenarização atua na otimização dos atrativos, e na tematização de locais (reduzindo-os a um traço), na maquiagem e/ou segregação do entorno e de seus moradores, quando não a fragmentação socioespacial (Gomes, 2006) nas relações, com o isolamento mais exacerbado dos espaços turísticos e do turista.



*Figura 15. Publicidade e repetição da experiência na viagem a Recife e Natal [Fotografia]
Recuperado em 20 de junho de 2016, de
<http://www.expeditto.com.br>; www.liraby.com; passeiosdebuggyemNatal.blogspot.com e
www.feriasbrasil.com.br respectivamente*

A discussão sobre esses interesses por trás da experiência turística em espaços urbanos será abordada na próxima seção, que aprofundará questões sobre turismo e desenvolvimento dos destinos. Nela será discutido onde se instala o turismo e seus desdobramentos na dinâmica socioespacial dos sujeitos (turistas e residentes). Porém, faz-se relevante já aqui apontar algumas características presentes nessas cidades destinos, onde:

A arquitetura e o urbanismo desempenham papel fundamental na cenarização do espaço. Constituinte elementos culturais atrativos, representam um campo de atuação tanto do mercado quanto do poder público para o projeto e o planejamento de ações estratégicas para o desenvolvimento do turismo (Da Silva, 2004, p. 39).

Enquanto escala maior desta pesquisa, onde concentram-se e circulam sujeitos (turistas e residentes), seus olhares, suas interpretações e representações alimentadas pelas paisagens concebidas e cenarizações onde ocorre a fluidez do vivido, a CIDADE, em seu cerne, “existe à medida que é vivenciada” (Costa, 2005, p. 85). Ela é de alguma maneira compreendida em fragmentos. Ela é vista através de retalhos que podem garantir sentidos,

símbolos e representações distintas, e até mesmo antagônicas, mas nunca desimportantes e anulantes umas das outras nas análises sobre o desenrolar urbano.

La ciudad es un ambiente artificial inventado y construido por el hombre, cuyo fin práctico es habitar en sociedad. Comenzó a existir cuando el hombre así lo quiso y desde un principio fue uno de los testimonios más reveladores de los niveles que alcanzó la cultura a la que pertenecieron quienes iniciaron y continuaron su construcción (Bullón, 2006, p. 162)

E nessa continuidade, constroem-se e reconstroem-se cenários – emergindo fragmentos da imaginação geográfica do homem – que quando integrados, correspondem a um somatório ininterrupto de paisagens ora complementares, ora contraditórias, formadoras de um todo dinâmico, mediante a experiência fluida no espaço urbano turístico.

A cidade para diversos autores é considerada uma espécie de leque de paisagens e representações (geográficas), onde as formas de apropriação e vivência, de modos de ver e de agir no trato individual e coletivo com o urbano, conferem a dinâmica de vida do sujeito que mora ou visita o local. Essa mesma cidade torna-se um objeto rico na interpretação não somente estética, arquitetônica, mas também como um texto a ser lido não apenas objetivamente, mas nas entrelinhas. Só se pode compreender a cidade na fluidez e na sua descontinuidade, nos olhares e interpretações – aqui normalmente moldada para o espetáculo que é o turismo.

A cidade, que nesse caso é tomada pela experiência turística e apresentada mediante representação visual, sonora, discursiva e ativa dos sujeitos (turistas), adquire sentidos “que estão envolvidos nessa ‘abstração’. Os discursos, símbolos, metáforas e fantasias relacionados ao espaço da cidade moderna, são os elementos através dos quais o indivíduo empresta sentido à experiência de viver o urbano e, por isso mesmo, devem ser considerados” (Costa, 2005, p. 86).

Essas cidades nordestinas, imersas nos processos globais, indicam inicialmente uma exacerbação e aceleração da homogeneização da ordem mundial nas formas dos espaços e nas relações sociais. Apesar disso, ainda é possível encontrar em cada uma delas formatações e forças diversas de internacionalização e regionalismo, discursos progressistas e de conservação, de movimentos de migração e permanências, de unidades e fracionamento.

Esse fracionamento da cidade é discutido por muitos pesquisadores da contemporaneidade. Autores como Harvey discutem essa cidade mista, multifacetada, onde é possível encontrar referências arquitetônicas, estéticas e artísticas das mais diversas, áreas abandonadas, como as de interesse do capital, espaços obscuros ou espetacularizados. A cidade teria espaços estruturados ou decadentes pautados em um discurso nem sempre claro de desenvolvimento.

Essa área tocada pelo discurso de desenvolvimento turístico convive (?) com outras partes dessa mesma cidade, com áreas descontinuadas, pobres, segregadas, num jogo díspar em que as peças até se encaixam mercadologicamente, mas geográfica e socialmente podem até não acoplar-se.

O audiovisual turístico e amador produzido nessas cidades, ao captar cenas e fazer um paralelo entre a imaginação geográfica de quem o produz e a paisagem-cenário onde transcorre o ato, pode vir a revelar essa cidade retalhada, fragmentada, ou até mesmo o inverso disso. Uma cidade onde representações sinalizam uma possível integração cidadina dos indivíduos, um uso regular e igualitário de elementos do urbano. Dessa mesma maneira, em outra cidade, pode revelar planejamentos que geram *apartheids* no turismo, a sistematização da segregação, e a criação de enclaves urbanos – principalmente em áreas públicas.

Quando se fala em espaço público, parece inevitável que se seja tomado por uma série de olhares que, de certo modo, passam a compor uma gama de impressões e sentimentos, motivo pelo qual, em

geral, a temática aparece permeada de diferentes elos e conexões, a partir dos quais os indivíduos têm construído imagens e valores nem sempre facilmente percebidos ou desvendáveis (Celestino, 2014, p. 191).

Reconhecendo não ser fácil, mas certa da busca de desvendar as relações entre os sujeitos nas cidades turísticas escolhidas, a pesquisa avança para mais uma secção em que a atividade turística será destacada. Nela serão levantadas questões relacionadas ao desenvolvimento socioespacial atrelado ao fenômeno do turismo, suas nuances, seus impactos, além de práticas e propostas que valorizem um turismo “suave e harmonioso” (Krippendorf, 2003), inclusivo e com um olhar para o caminho da integração e da sociabilidade entre os atores e cenários do fenômeno turístico.

2 Turismo e desenvolvimento: a procura de uma experiência turística que permita o encontro e a sociabilidade

Se para o turismo a paisagem muitas vezes é o fator determinante para a escolha de um destino de viagem e lazer, esta mesma atividade pode modificá-la sensivelmente, uma vez que a oferta turística importa numa série de facilidades, equipamentos e infraestrutura para atender a demanda e as necessidades de uma concentração humana crescente (Pires, 2002, p. 176).

There can be no doubt about the need for some kind of for those peoples and environments most at risk from inappropriate forms of development¹⁶ (Smith & Duffy, 2003, p. 91.)

Na busca por avançar em questionamentos e respostas sobre o contexto “of multiple decisions” (Teifer & Sharpley, 2008, p. 97), que resulta em ações privadas e públicas sobre a paisagem que atrai e/ou resulta do turismo, é que essa seção se estrutura e aprofunda temas apontados ainda na introdução. Levanta-se aqui uma apreciação que relativiza os discursos de desenvolvimento que enaltecem apenas resultados positivos e numéricos do fenômeno turístico, apresentando também um olhar reflexivo sobre os profundos e por vezes irrecuperáveis impactos do turismo no cotidiano local, no campo e na cidade.

E é manifestando o desejo de melhor compreender esse fenômeno, seus sujeitos, suas ações, e propondo uma reflexão sobre eles – ainda iniciada em outros estudos realizados pelo autor (Silva & Azevedo, 2015), é que esta seção se desenvolve. Discute-se aqui o conceito de desenvolvimento, e sua associação à atividade do turismo, a relação dos turistas com a cidade (integração/segregação/fragmentação). Por fim, culmina-se com questões ligadas a desenvolvimento socioespacial atrelado à agenda do turismo, que destaca os processos de integração/segregação (dois modos) em destinos turísticos urbanos do nordeste.

Ao discutir essas ideias sobre *desenvolvimento* da sociedade (que nesse caso não se dissociam do fenômeno turístico), percebe-se que nas últimas décadas esse conceito vem

¹⁶ Não pode haver dúvida sobre a necessidade de algum tipo de tratamento para os povos e ambientes que correm maior risco de desenvolver formas inadequadas de desenvolvimento.

passando por um redimensionamento a partir de uma ótica mais polissêmica, abrangente, libertária. As novas abordagens desvencilham-se de um acervo científico e político que associava desenvolvimento quase que exclusivamente à ideia de crescimento econômico.

Ou seja, as agendas de desenvolvimento propostas por alguns pensadores mais atuais apresentam uma ótica menos reducionista do conceito. Eles alertam que “o que importa, antes de tudo, é liberarmos-nos da influência de um paradigma mecanicista emprestado das ciências físicas e que se traduz principalmente por uma excessiva concentração de atenção sobre um volume da poupança e do investimento” (Sachs, 1986, p. 32).

Inúmeros eram (e ainda são – Figura 15) os estudos e ênfases que compreendiam o desenvolvimento considerando parâmetros que revelavam mais exclusivamente as forças de produção e acumulação de capital de uma cidade, estado, nação, ou continente (Singer, 1982). Nessas pesquisas, equivocadamente, o desenvolvimento “do e pelo” turismo está “associado às suas condições socioeconômicas, basicamente ao nível de distribuição da renda, ao tamanho da renda, e às condições de acesso ao mercado” (Rabahy, 2003, p. 16).






APENAS POR DIA

Cult

Turismo potiguar vai arrecadar mais de R\$ 2 bilhões em 2015

POR ILDIMARCK RAUEL/NOVO
 / OUTUBRO 17, 2015 / 0

Compartilhe esse conteúdo

 NO TWITTER
  NO FACEBOOK
  NO GOOGLEPLUS

Com um crescimento de 10% no número de visitantes em relação ao ano passado, o setor do turismo no Rio Grande do Norte movimentou um total de R\$ 2,2 bilhões até agosto. A atividade turística é uma das aliadas para amenizar os sintomas da crise financeira que assolam a economia potiguar.

Figura 16. Matéria jornalística destacando o olhar economicista do turismo [Fotografia] Recuperado em 28 de maio de 2016, de <http://tribunadoceara.uol.com.br> e <http://novojournal.jor.br> respectivamente

As abordagens sobre o turismo são alicerçadas, sejam na perspectiva da experiência frenética da viagem (turistas) e do consumo desenfreado dos destinos (gerando impactos

econômicos principalmente), sejam na preocupação com o autóctone e propostas de desenvolvimento. Não se nega aqui a relevância dos aspectos econômicos, mas na balança do desenvolvimento é de fundamental importância também valorizar as dimensões sociais, culturais e ambientais com alternativas que possam harmonizar a relação de seus atores: turistas, residentes, poder público e poder privado.

Nesses formatos mais amplos, percebe-se reflexões que envolvem a ética, a liberdade e a participação popular na idealização, implementação, e manutenção de mecanismos sociopolíticos (Putnam, 1996). Essa agenda ganha um espaço importante na atual forma de buscar o desenvolvimento associado ao fenômeno turístico.

Tais abordagens realizadas sobre o tema (nesse caso com a interface do turismo) acrescentam elementos que englobam todas as esferas da sociedade – poder público, iniciativa privada e sociedade organizada (representantes de classe, ONG's [Organizações Não Governamentais] – e instituições de ensino superior) em uma pauta mais ampla. Quanto a isso, Krippendorf (2003, p. 17) alerta:

As teorias, os cálculos econômicos, os programas políticos e as doutrinas não são de nenhuma ajuda neste caso específico. Devemos ir além, invocando especialmente a intuição e a fantasia social, definidas com a aptidão de não crer no caráter definitivo da ordem estabelecida, de propor novos conceitos, de formular soluções substantivas.

E acrescenta, em outro momento:

Hoje, o mundo inteiro começa a falar dos custos e dos benefícios do turismo para a economia, o meio ambiente e a sociedade, quando antigamente se tratavam apenas das vantagens e das questões econômicas. (Krippendorf, 2003, p. 101)

Mesmo diante desse olhar mais flexível e avante, com uma nova concepção acerca do desenvolvimento, alguns destinos ainda são analisados a partir de modelos de gestão que se espelham na perspectiva mecanicista, com um viés meramente financeiro e consumista.

Fórmula essa normalmente guiada por moldes econômicos implantados em destinos, cidades, países hegemônicos (Singer, 1982). Territórios - com históricos, formação cultural, recursos humanos e materiais, além de formas de apropriação do seu espaço distintos – ainda podem ser compreendidos e vitimizados por ações propostas mediante essa comparação desigual e discrepante e ações descontextualizadas (Rodrigues, 2004).

É preciso alertar para esse tipo de entendimento comparativo – denunciando agravos na abordagem do desenvolvimento quando se refere, principalmente, a países subdesenvolvidos (como é o caso do Brasil e, mais precisamente, para esta pesquisa – capitais da sua região Nordeste). Destinações essas que precipitadamente em diversos momentos colocam os países hegemônicos como exemplos “messiânicos” a serem seguidos.

Assim, desenvolver-se, na ótica dessas regiões (nações, estados, cidades) menos desenvolvidas, estaria na certeza de que sua economia cresce menos do que possivelmente poderia. Sendo assim, o *Éden* onde se pretende chegar é ao *status* de primeiro mundo. Ou seja, de uma maneira bastante simplista e ingênua de pensar e agir, “o desenvolvimento é o processo de passagem de um sistema (subdesenvolvido) a outro (desenvolvido)” (Singer, 1982, p. 26), se utilizando das mesmas receitas de sucesso.

Tal lógica, quando explicitada por diversos autores – seja quando retratam regiões hegemônicas, ou fazendo referência a cenários de países subdesenvolvidos – aponta claramente a força do mercado como o principal motivador das ações sobre os destinos turísticos. Percebe-se nele um papel de protagonista e também de vilão. Sua ação pode ser expressa quando sobrepõe a complexa rede de interações que envolvem também a sociedade e sua escala de valores; o meio ambiente e seus recursos (como se seus recursos fossem finitos), e o papel do estado e suas políticas públicas.

Nessa dinâmica, o CRESCIMENTO econômico parece ser, equivocadamente, sinônimo de DESENVOLVIMENTO. “At the heart of dissatisfaction, disquiet and

disillusionment with development lie the intellectual and philosophical underpinnings that development is dependent on economic growth”¹⁷ (Mowforth & Munt, 2007, p. 37).

Essa “economicização” – que na vida do cidadão comum se traduz na busca constante pelo desenfreado e insaciável consumo - caminha por todas as áreas da vida do indivíduo, e da vida em coletividade – da ordem social, aqui em destaque nas cidades turísticas. Ou seja, pensar assim é entender que tudo se tornou claramente objeto a ser consumido, sendo as campanhas e ações sobre a cidade resultantes de:

Processos de reestruturação que compreendem: a renovação de infraestruturas de mobilidade e de telecomunicações, a renovação de áreas para fins residenciais e de lazer, o incentivo ao crescimento de atividades de serviços, a promoção do turismo, o desenvolvimento de atrações culturais, a realização de convenções e de grandes eventos esportivos, culturais ou de negócios. São iniciativas baseadas no consumo do espaço (Sánchez, 2003, p. 383).

Os lugares explorados pelo turismo são, em grande parte, vendidos como cenários produzidos sobre uma base paisagística preexistente que, associada a aspectos culturais, históricos e geográficos, constitui a matéria-prima para o processo contínuo de produção e consumo do espaço (Da Silva, 2004, p. 21).

Nessa perspectiva, a experiência turística transcende seu caráter de encontro, de momentos de conhecimento do outro, de autoconhecimento, da ludicidade, da hospitalidade; e passa a ser encarada como cenário onde a oferta (destino) apresenta à demanda (turista) as paisagens estandardizadas a serem consumidas. Esse consumo, muitas vezes, é criticado tendo em vista a excessiva artificialização dos atrativos, a segregação, e a degradação do meio ambiente – tendo como resultado um consumo desregulado e mal planejado.

Cette exploitation effrénée masque deux evidences: les beautés de la nature sont assurément des biens gratuits, ce qui ne signifie pas pour autant qu'il soient disponibles en quantités illimitées. D'autre part, leur qualité et leur force d'attrait ne sont pas garanties par l'éternité.

¹⁷ No centro da insatisfação, da inquietação e da desilusão com o desenvolvimento, estão os fundamentos intelectuais e filosóficos de que o desenvolvimento depende do crescimento econômico (Tradução própria).

Toute exploitation abusive provoque des détériorations durables. Il est évident que l'industrie touristique ignore ces vérités pourtant frappants¹⁸ (Krippendorf, 1977, p. 48).

Nessa lógica, o cuidado com o meio ambiente e o desenvolvimento das comunidades receptoras (em pequenas vilas ou grandes cidades), podem ser negligenciados ou substituídos pelo crescimento financeiro. À medida que cresce a demanda turística, e em seguida sua especulação, emerge proporcionalmente o número de “devorados”, aqui representados pela natureza, pelo espaço urbano agora exclusivo para o turismo, e pela população receptora negligenciada. Povo esse que não encontra no turismo o sentido do bem receber espontâneo, mas o servir pensando exclusivamente no dinheiro – quando não sua expulsão.

Essa receita que foge de uma visão mais libertária e coerente de desenvolvimento pode ser comum em países desenvolvidos. Porém, em regiões mais pobres ou desiguais, mas com vastos recursos naturais e artificiais e com maior urgência de divisas, a questão é mais crítica, sendo eles induzidos a importar mais para atender às necessidades turísticas internacionais.

Diante da reprovação a essa predominância do pensamento economicista (Azevedo, Santos & Nunes, 2014) e a sobreposição de modelos de desenvolvimento, percebe-se a aproximação entre o tema DESENVOLVIMENTO e as reflexões que envolvem a ética, a liberdade e a participação popular na idealização, implementação, acesso a espaços, integração, manutenção de mecanismos sociopolíticos.

Essas questões são trabalhadas amplamente por Sen (2000) ao propor uma leitura mais humanizada, mais participativa, numa agenda democrática e com destaque para regiões subdesenvolvidas do mundo. Busca-se alertar para necessidades de desenvolvimento não alcançadas exclusivamente pela acumulação de capital, mas pela valorização das capacidades

¹⁸ Esse desenfrear das máscaras de exploração apresenta duas evidências: as belezas da natureza são, certamente, bens livres, o que não significa que elas estão disponíveis em quantidades ilimitadas. Por outro lado, a sua qualidade e força de atração não são garantidas pela eternidade. Qualquer abuso causa dano duradouro. É óbvio que a indústria do turismo ignora essas verdades mais marcantes (Tradução própria).

individuais e coletivas da sociedade para conquista de espaços sociais e direitos na condução de cidades, estados, nações.

Outros autores que encaram – diante da pauta do desenvolvimento – questões de democracia participativa são Boaventura Santos e Avtrizer (2003). Eles criticam em certa medida o mercado global como grande regulador da sociedade atual, sugerindo uma contemporânea gramática social onde ocorram empoderamentos com foco em emancipação, participação, e solidariedade como meio de desenvolvimento mediante a racionalidade e olhar coletivo (comunidade). Para esses e outros pesquisadores é importante valorizar as particularidades de cada lugar, pluralidades e formas de pensar o desenvolvimento. Essas questões ganham um espaço destacável na atual forma de se buscar o desenvolvimento expresso na paisagem turística.

Hoje o desenvolvimento turístico deve contemplar padrões associados ao mercado global, no entanto, aspectos locais devem ser pensados como estratégias diferenciais, além de proporcionar melhorias de qualidade de vida (Nóbrega, 2013, p. 92).

Apesar de em algumas regiões (turísticas ou não), projetos e ações que se debrucem sobre o social ainda serem vistos como “despesa ou custo”, e injeção e apoio ao viés econômico “estratégia ou investimento”, a qualidade de vida (Figura 16) dos cidadãos vem ganhando notoriedade nas discussões. A capacidade articuladora, transformadora da sua própria realidade, não apenas a partir de fatores financeiros, mas democráticos, que abarquem melhoria na educação, saúde, seguridade, propriedade e lazer, têm fatias consideráveis no “grande bolo” da nova abordagem de desenvolvimento. E isso não está apenas em proposições de autores “visionários”, mas na realidade de alguns destinos turísticos (de pequeno, médio ou grande porte) ao redor do mundo.



Figura 17. Projeto dominical para exclusiva circulação de visitantes e residentes (pedestres e ciclistas) na região Recife Antigo, Recife-PE [Fotografia] Recuperado em 20 de agosto de 2016, de [http:// vejabrasil.abril.com.br](http://vejabrasil.abril.com.br)

É preciso considerar, inequivocamente, que desenvolver requer equilibrar interpretações e ações de caráter economicista e enfoques mais progressistas, humanistas e democráticos – principalmente em países que têm uma alta desigualdade social e questões estruturantes graves a resolver. Essa postura mais orgânica é certamente o maior desafio da esfera pública e de seus desdobramentos sobre a esfera privada e o cidadão comum. Tal obstáculo a ser superado passa, fundamentalmente, como já citado, pela ação de todo o grupo social.

Assim, atenta-se particularmente para a expansão das “capacidades” das pessoas de levar o tipo de vida que elas valorizam – e com razão. Essas capacidades podem ser aumentadas pela política pública, mas também, por outro lado, a direção da política pública pode ser influenciada pelo uso efetivo das capacidades participativas do povo (Sen, 2000, p. 32).

Alcançar esse patamar de exercício da participação necessária e eficiente do cidadão nas decisões do lugar é entendê-lo como o agente mais importante de todo o processo. É reconhecer nele a origem e a finalidade de toda e qualquer decisão econômica, política e

social. A população da cidade (pequena ou grande), dessa forma, assume seu papel ativo nos projetos de crescimento do PIB [Produto Interno Bruto]. Ela também deve torna-se mentora do seu próprio modelo de desenvolvimento (inclusive através do turismo), que não deve estar necessariamente alicerçado nos moldes da produção e do capital hegemônico.

Todavia, o mérito dessa maneira de alavancar o desenvolvimento recai – como já mencionado – sobre entraves (forças) econômicos, que sucumbem à capacidade reacionária de muitos grupos sociais. Tais forças têm um poder de manipulação que por ora sufoca esse ideal de desenvolvimento mais participativo e equitativo, impondo em pequena ou grande escala um desenvolvimento desigual (Smith, 1988).

Nessa lógica, o turismo pode ser compreendido como mais um exemplo (como diversas outras áreas produtivas) da centralização das ações do capital (muitas vezes internacional e hegemônico) em áreas funcionais turísticas – aqui na escala urbana-citadina.

Nessa mesma concepção, o poder público corrobora para seu lucro, à medida que seus cidadãos comuns se veem à margem do processo decisório, de suas benesses, e até mesmo dos empregos, e lazer nessas áreas agora turistificadas. O que resulta de tal processo é um claro retrato da desigualdade urbana (área nobre e turística X área periférica e pobre) e de um baixo desenvolvimento que dita maior segregação. Ou seja, em diversos lugares do mundo o turismo (com alto alcance e impacto):

Vem se desenvolvendo sobre os ditames do sistema capitalista, o que tem conferido a esse fenômeno socioeconômico e espacial, uma elevada capacidade de dinamização dos lugares turistificados, circulação de pessoas e reprodução do capital, mas também gerando e/ou acirrando segregação e exclusão social (Azevedo et al., 2013a, p. 16).

Nessa realidade de exclusão, temas como desemprego, a deficitária qualidade do ensino, segurança, saúde, moradia, mobilidade, lazer, valorização cultural, além de uma rede de comunicação vendida ou censurada, são sintomas do “desempenho dos governos estatais e

municipais, que, via de regra, não estão suficientemente habilitados, técnica e politicamente, para assumirem suas funções” (Clementino, 2002, p. 129).

Para além dessas questões, outras se encontram nesse cenário desigual. O processo de globalização, além de apresentar oportunidades, evidencia tendências que em países subdesenvolvidos merecem uma grande atenção. “Los Estados han perdido gran parte de la soberanía que tuvieron, y los políticos mucha de su capacidad para influir en los acontecimientos. [...] la era del Estado-nación ha terminado” (Giddens, 2000, p. 21).

Isso é resultado de um *neoliberalismo* caracterizado pela abertura para o mercado internacional e privatização de estatais, em que o Estado e, conseqüentemente, da sociedade civil organizada, se rendem gradativamente aos interesses do capital, na contrapartida desse novo entendimento – que soa agora visionário – de desenvolvimento.

E, no intuito de entender o “caminho das pedras” desse novo olhar sobre desenvolvimento - tendo interface com o turismo, é que se questiona: – É preciso desenvolver-se enquanto território marcado pela garantia de direitos sociais básicos, portanto, pela justiça social e cidadania, para poder receber o turismo? Ou é possível utilizar o turismo enquanto instrumento para fomentar o desenvolvimento dessas localidades?

Para Ascher (1984 citado em Cazes, 1996, p. 80), “não é o turismo que permite o desenvolvimento, mas é o desenvolvimento geral de um país que torna o turismo rentável”. Diante dessa tão atual premissa, há de se concordar que é preciso solidificar condições mínimas de cidadania, infraestrutura, participação, qualidade de vida e qualificação da cidade receptora para, em seguida, permitir a chegada do turismo e sua integração aos interesses, sujeitos e espaços.

Essa equação aparentemente simples, na prática, exige uma reflexão que parece visionária diante da pressa de alguns setores e pressão de outros para a instalação e

desenvolvimento “desenfreado” do turismo, que para muitos autores deve ser tratado de forma ordenada e com parcimônia.

Com o desejo de avançar em propostas sobre como gerir o turismo de maneira mais solidária, endógena, holística, essa discussão vem alertar pensadores e planejadores sobre a forma como a atividade turística é visualizada em uma grande quantidade de destinos turísticos – não sendo diferente com as capitais do nordeste brasileiro. E é exatamente com esse entendimento do turismo como fomentador de oportunidades de melhoria da qualidade de vida, da fundamentação de uma relação de igualdade entre visitantes e locais e necessidade de integração entre ambos, que esta secção avança.

A complexa atividade turística – e podemos retomar o terceiro mundo, inclusive – em muitos destinos é encarada como “a galinha dos ovos de ouro”. É empregada como a resolução de todo um processo histórico de estagnação econômica e social – conflitos, miséria. A implantação da atividade é vista frequentemente como uma “milagrosa” solução para todos os problemas que afligem esses lugares: desemprego, divisas magras, infraestrutura pública deficiente, setores da economia em decadência, entre outros problemas. Mazelas essas que podem ser observadas nos pequenos e grandes centros urbanos, além de áreas rurais, litorâneas e de floresta. Ou seja, a gestão pública:

Promete uma viagem de inclusão, como se o desenvolvimento de uma atividade econômica, dentro dos moldes do capitalismo, pudesse transformar as relações sociais, dentre elas até mesmo as contradições inerentes entre capital e trabalho, desconsiderando a complexidade do fenômeno e eliminado completamente os inúmeros conflitos estruturais e as mazelas do poder (Ramos, 2010, p. 15).

De certo modo, mesmo visando fortalecer o discurso que ratifica o turismo como vetor de desenvolvimento, em diversas gestões o que se percebe é a intencionalidades do próprio capital. Muitos gestores adotam estratégias de desenvolvimento via tal atividade, evidenciadas pelo crescente número de órgãos, políticas, programas e projetos para fomentar

a agenda do fenômeno turístico, que é visto em muitas situações como uma última carta ante as desilusões vividas em outros setores da economia e da sociedade.

O turismo vem se consolidando como área de estudo com perceptível volume de artigos científicos, e tem se tornado uma disciplina reconhecida. Mas é como setor econômico promotor do “emprego e renda” nos palanques e nas agendas governamentais, que os olhares mais generalistas consideram ser possível captar o desenvolvimento (econômico, social, cultural e ambiental) quase que instantaneamente através dele e de qualquer forma. Tudo para alcançar as promessas de empregabilidade, renda, valorização cultural, qualidade de vida, modernização etc.

Todas essas benesses são fáceis de alcançar a partir do turismo? As regras do jogo são simples e claras? Os riscos de gerar novos impactos e acentuar antigos problemas existentes nos destinos (pequenos ou grandes urbanidades) são conhecidos? A vitória dos autóctones é garantida? O meio ambiente e a população integrados ao turismo realmente agradecerão?

Respondendo a todas essas perguntas com um súbito “sim” (sem relativismos), cidades localizadas em países desenvolvidos ou subdesenvolvidos, buscam investir no turismo. Elas preparam infraestrutura em alguns casos exclusivamente para a atividade, sem considerar muitas vezes os obstáculos, os problemas, as particularidades – o cenário político, geográfico, social e econômico onde destino turístico está inserido (Rabahy, 2003).

Tem-se como exemplo claro disso as políticas públicas de turismo desenvolvidas no Brasil entre o fim do século XX e início do XXI – destaque para o PNMT¹⁹ [Plano Nacional de Municipalização do Turismo] (que investiu em uma política desarticulada e com baixo impacto sobre o fenômeno turístico em grande parte do nordeste brasileiro). Então, o que acaba por ocorrer é uma sequência de ações que não promovem avanços em postos de

¹⁹ Plano público federal (1994-2001) que incentivava o desenvolvimento turístico a partir de um protagonismo municipal que em muitas cidades tornou-se inviável por não considerar fortemente uma articulação entre municípios, que geraria mais consistente oferta turística (princípio de complementaridade) e captação de visitantes.

trabalho, e arrecadação de impostos (aspectos multiplicadores importantes para a qualidade de vida local).

No sentido contrário ao que se almeja, os obstáculos para o desenvolvimento dos destinos podem se evidenciar ainda mais. Esse despreparo de promover e monitorar o turismo contribui para o uso indiscriminado do solo, exploração da população e de outros recursos, por parte das empresas estrangeiras (hoteleiras, de agenciamento e transportes). Iniciativa privada essa que, seguindo os incentivos, e “captura” do Estado, na maioria dos casos, intimida o desenvolvimento de empresas locais e pequenas, enviando a maior parte dos resultados dos faturamentos para o seu país de origem.

Os postos de trabalho promovidos com a chegada dessas empresas e do turismo como um todo podem ser contabilizados, mas não são os mais rentáveis e justos para o autóctone em muitos casos. As análises políticas e econômicas de apoio à atividade turística, quando se trata de empregos gerados, normalmente sublimam a precariedade de muitos desses postos (sazonalidade, subqualificação, baixos salários, sobrecarga de trabalho) e sua recorrência nas relações trabalhistas informais.

Não se pretende aqui negar as benesses advindas do turismo. “La difusión del turismo [...] debe permitir a muchas de nuestras regiones encontrar una nueva vocación, en una época que preconiza el declive de las actividades tradicionales”²⁰ (Maheu, 1969 citado em Urbain, 1993, p. 18). Mas não se pode esconder que as condições de trabalho, de apropriação do espaço, e demais condições que fogem de um planejamento harmonioso (sazonalidade, ciclos de vida dos destinos, competitividade selvagem), podem gerar grandes problemas.

Acrescenta-se, por fim, mais um dado que incorre na ideia de que o turismo vem antes do desenvolvimento, e que em alguns casos acaba por gerar equívocos – o pensar a atividade como única ou principal fonte de renda (monocultura). Apostar “todas as suas fichas” na

²⁰ A difusão do turismo [...] deve permitir que muitas das nossas regiões encontrem uma nova vocação, num momento de declínio de atividades tradicionais (Tradução própria).

atividade (ou em apenas um segmento da atividade) é limitar investimentos a um setor extremamente sensível a catástrofes ambientais, entraves políticos e militares, problemas de saúde pública (epidemias), crises econômicas, entre outros fatores. Conhecidas são as cidades que se viram arruinadas (ou sofrendo temporariamente) pelo fim ou brusca interrupção ou queda da atividade turística, motivada por algum problema maior, desarticulando e desequilibrando a economia de toda uma região que dependia exclusivamente do turismo.

Sendo assim, tem-se aqui a ideia de que o desenvolvimento social, econômico e político que assegure a qualidade de vida e os direitos dos residentes diante do fenômeno de viagem, é um fator importante para a implantação do turismo. Ou seja, traços necessários do “bom turismo” são as condições básicas que o antecedem. Essas condições correspondem a uma série de fatores da vida pública e privada do autóctone. Personagem que encontra em muitos casos poucos canais para expressar autonomia dentro e fora das áreas de interesse turístico e participa timidamente do processo decisório que envolve a atividade e suas zonas de alcance.

Ao levantar a baixa autodeterminação do residente das regiões-alvo do turismo, sugere-se levar em consideração esse ator que por ora não está sendo valorizado na gestão do turismo. A população, o autóctone, o residente, em sua atuação, precisa ser entendido como fundamental para o formato que se deseja imprimir ao turismo no seu lugar de moradia.

Considerar a população local como um agente eminentemente importante e indissociável das decisões e resultados – não apenas das forças que comandam o fenômeno turístico, mas de todas as que envolvem a vida em sociedade – é trabalhar uma das características fundamentais de um turismo conciliador. Mas é também o ideal de desenvolvimento refletido por Smith (1988) e defendido por Sen (2000). A partir do princípio-base da liberdade, o indivíduo tem a capacidade agir e se relacionar livremente, com notório poder de decisões no seu próprio meio de vivências.

Para Amartya Sen (2000), uma concepção adequada de desenvolvimento deve ir muito além da acumulação de riqueza, do crescimento do Produto Nacional Bruto e de outras variáveis relacionadas à renda. Sem desconsiderar a importância do crescimento econômico, precisamos enxergar muito além dele. Ou seja, é preciso valorizar a condição do sujeito em sua totalidade, em seu espaço vivido, o sentido de fluidez e liberdade que este desfruta, como turista e como residente.

É necessário que os idealizadores e planejadores de destinações turísticas comecem a valorizar o autóctone, e estruturar, em parceria com ele, o plano de desenvolvimento daquele lugar, dentro dessa nova vertente que passeia pela criação de canais de participação do residente e de sua presença nos espaços turísticos em condição de igualdade com quem o visita.

Entretanto, assim como em outras esferas de decisão, principalmente em regiões desiguais e pobres, a participação local – que deveria ser vista como uma possibilidade para melhor *turistificar-se* e desenvolver-se – não ocorre com frequência. O envolvimento dos agentes locais (representantes de classe, organizações não governamentais, instituições de ensino superior – a sociedade civil organizada) com o turismo é tímido.

E o que poderia ser uma saída para um turismo endógeno e inclusivo, que pudesse trazer um desenvolvimento com as feições, interesses e valores dos sujeitos do lugar, não se vislumbra. Tudo isso sendo desarticulado e muitas vezes manipulado pelos interesses do capital. Para a iniciativa privada, com maior força dentro dessas estruturas, o que mais interessa é que a viagem seja empreendida. Visam, antes de mais nada e em sua maioria, o crescimento, no curto prazo, do volume de vendas, o aumento dos fluxos de pessoas e capital, e não o desenvolvimento no longo prazo de um turismo que se configure em parceria com os residentes.

Os residentes (como mencionada na introdução deste trabalho) acabam por ser excluídos pelo poder público (indicado pelo privado) do processo decisório no controle do espaço e “educação” de sua paisagem. Porém, alguns estudos buscam mostrar saídas para essa exclusão do cidadão comum. Moreno (2002 citado em Rodrigues, 2003, p. 15) avança em uma possibilidade de saída semelhante – o que popularmente se conhece por *desenvolvimento de base local* (por ele estudado em áreas rurais).

Segundo ele, tal proposta “manifesta-se como um processo de reestruturação econômica e social em que o *nível local* ganha peso quanto à responsabilidade na concepção, implantação e gestão de projetos que mobilizem os recursos de um dado território, tanto físicos, quanto sociais e culturais”. Ou seja, através de referendos, plebiscitos, conselhos, comitês, ou convenções, a sociedade, em seu direito civil, deve ser ouvida no processo de planejamento turístico que terá efeitos sobre seu ambiente e meio de vida.

A difusão dentro e fora das academias, dessas ideias de desenvolvimento endógeno, vem ocorrendo em diversos destinos turísticos de pequeno ou grande porte. Mas ainda prevalece a dinâmica centralizadora na mão do capital e dos seus agentes. E os resultados dessa não horizontalidade nas decisões do turismo tem gerado questões sérias também de outra ordem – a segregação social impressa na dificuldade de acesso aos canais de reivindicação, como também aos espaços e benefícios do investimento na atividade turística.

De certo modo, entende-se que diante dos primeiros passos do desenvolvimento da atividade turística, a população residente seja complacente com todas as decisões do mercado, e com os acordos do governo – ela muitas vezes ainda está inebriada com as benesses instantâneas que o discurso do turismo traz. Porém, tomar decisões e apoderar-se do destino, subjugando a vontade dos autóctones, pode gerar impactos irreparáveis no cenário ambiental, cultural, social e econômico.

Ressalta-se que o turismo é e pode ser encarado como um vetor transformador, promotor de emprego, renda, entre outros benefícios. Porém, é preciso encará-lo de maneira articulada, participativa e consciente. Caso contrário, o resultado é um destino mal gerido e impactado negativamente.

Reconhecendo esses lugares prejudicados pela má administração do turismo, diversos autores na contemporaneidade sugerem reflexões que dialogam e permitem um maior embasamento e discussão do que ficou conhecido posteriormente como *turismo sustentável*. Preocupada com o meio ambiente, com o autóctone e sua cultura, tendo o entendimento da importância de melhor gerir os recursos atuais para garantir seu uso em longo prazo, essa iniciativa surge a partir de pesquisas que perceberam que:

Muitas regiões turísticas liquidam seus recursos, sem se dar conta de que estão perdendo, cada vez mais, a própria independência. Eles se desfazem da vaca, em vez de vender o leite. Os exemplos são imensos, em que a população nativa vendeu o solo por preços baixíssimos a terceiros como terrenos para a construção, deixando, assim, escapar das mãos o trunfo mais importante na luta pelo controle do desenvolvimento econômico. O produto da venda é usado para financiar as necessidades mais urgentes. E quando, afinal, os preços dos terrenos aumentam os autóctones, uma vez mais, são prejudicados, pois outras pessoas detêm o bom negócio. Ao final, chega-se, às vezes, à situação em que o preço dos terrenos e os aluguéis pagos pelos estrangeiros são tão elevados que um autóctone não pode mais se dar ao luxo de morar na própria comunidade, e muito menos de construir uma casa para morar. Essas condições já ocorrem em diversas aldeias ditas turísticas (Krippendorf, 2003, p. 77).

Como já explicitado na introdução desse texto, a segregação socioespacial se manifesta – ante a má administração do turismo – não apenas mediante apatia no processo decisório, mas também na expulsão dos autóctones das áreas turistificadas.

A criação de guetos turísticos, bolhas turísticas, simulacros, enclaves – onde a experiência do turista é articulada para o “desencontro” com o residente (agora isolado e impedido de circular pela área turística) e sua realidade – são também presentes em diversos

destinos turísticos. Atrativos esses cobertos por uma luminosa artificialidade, que nem sempre engana, mas encanta o turista e se coloca como um modelo de planejamento bastante seguido, mas com evidências de segregação.

Mais uma vez, “evitem dizer que algumas vezes cidades diferentes sucedem-se no mesmo solo e com mesmo nome, nascem e morrem sem se conhecer, incomunicáveis entre si” (Calvino, 1990, p. 30). Esse fragmento do livro *Cidades Invisíveis*, quando associado à atividade turística, promove uma discussão quanto aos resultados da inserção desse setor não mais nos planos e promessas do governo e da iniciativa privada, mas na realidade – no cotidiano do cidadão comum, que deveria ser o princípio e o fim dos resultados do turismo. Entretanto, assim como o entendimento de desenvolvimento, e a forma de participação popular, o resultado no dia a dia do autóctone é muitas vezes tímido ou imperceptível.

Independente dos possíveis impactos negativos que o turismo pode gerar, surge outro conflito: a segregação do espaço turístico. Essa segregação inicia-se no espaço de moradia e trabalho. Os mais pobres, que moram mal e não têm condições financeiras de sustentar-se com dignidade [...] Mesmo quando moram em cidades turísticas, utilizam-se pouco das atrações oferecidas, pois não possuem tempo – porque trabalham – ou não têm acesso – porque moram longe – ou são discriminados pela cobrança de taxas para o consumo das atrações. Existem, portanto, guetos de lazer nas cidades (Da Silva, 2004, p. 38).

Ao referir-se à segregação no espaço urbano (não dedicando-se especificamente ao turismo), Sposito (2011) nos permite compreender que esse fenômeno de cidade fatiada, sitiada, dividida está na:

Realidade contemporânea, não apenas nas metrópoles, mas em cidades de diferentes portes e que têm níveis diversos de complexidade na combinação de seus papéis urbanos, pode-se falar de um processo que não é mais apenas de segregação socioespacial, nela incluída as iniciativas de autosegregação. Trata-se de aprofundamento das desigualdades, negando as possibilidades de diálogo entre as diferenças, o que justifica a adoção da noção de fragmentação socioespacial (Sposito, 2011, p. 142).

E o que está além desse muro (ora visível, ora invisível), que segrega e fragmenta no turismo, é o já repetido aqui problema da aculturação, fetichismo cultural para o turismo. A questão urbana, de elementos culturais acrescidos de uma dinâmica toda particular, permite verdadeiramente a existência de dois ritmos e cenários socioespaciais distintos, sendo a área turística uma espécie de reprodução de guetos turísticos isoladores (Figura 17) ou sitiados dentro dos grandes centros urbanos – esses últimos com distinção e segregação oficiosa – fragmentados e distanciados do resto das cidades onde são edificadas.

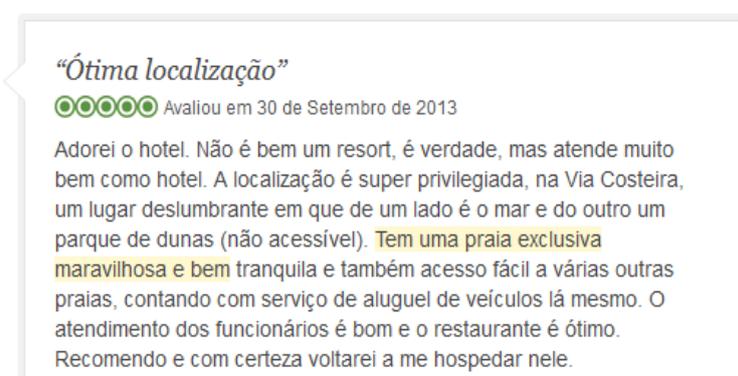


Figura 18. Depoimento de turista que hospedou-se na Via Costeira de Natal. Recuperado em 2 de julho de 2016, de <http://www.tripadvisor.com.br>, [grifo meu]

Essa realidade em nada parece com o ideal integrador do turismo, que deveria buscar em áreas urbanas uma realidade em que:

Cenários sociais, culturais, físicos e estéticos sobre os quais a atividade turística pode se desenvolver. No entanto, são cenas que são compartilhadas, pelos turistas, com outras pessoas que são a maioria – a estética e a cultura da cidade e seus residentes é que saúdam o visitante. Essa “forma” complexa molda a experiência à medida que os visitantes interagem com atrações e infraestruturas geralmente desenvolvidas para fins não turísticos; residentes locais (e os que viajam diariamente até o trabalho), que são tipicamente os usuários majoritários dessas atrações e dessa infraestrutura; e a atividade econômica da cidade, que não está relacionada (exclusivamente) ao turismo (Hayllar; Griffin & Edwards, 2011, p. 13).

Porém, as formas de apropriação do turismo pelo destino – ou do destino pelo turismo – são diversas, e nem sempre respeitam o acesso aos espaços e aos direitos humanos, ou seja,

o direito de SER. Essa apropriação implica conhecimento e investimento e, ao mesmo tempo, a expulsão, explícita ou não, de antigos ocupantes. Essa expulsão (física ou simbólica), guiada pelos altos investimentos, gera mudança em todas as esferas do cotidiano local, promovendo todas as formas de valorização do TER.

E com o investimento desordenado no turismo, pode haver uma desastrosa transformação urbana, que colabora com a desvalorização dos hábitos, da cultura do autóctone, resultando na perda, inclusive, da autenticidade e identidade paisagística e arquitetônica construída ao longo de sua história.

Le choc entre le patrimoine qui s'est constitué au fil des années, acquérant une valeur historique, et les nouvelles formes d'exploitation prend des proportions tragiques. On ne connaît pratiquement pas d'exemples réussis d'intégration de nouvelles constructions dans un cadre original²¹ (Krippendorf, 1977, p. 70).

Assim, receber a atividade turística em determinados lugares, quando o planejamento contempla interesses de uma minoria (normalmente representantes do capital), sobretudo sem a participação social popular, é reconhecer o risco de tais impactos, sendo necessário levar em consideração as recorrentes mudanças no cotidiano dos residentes, que deixam suas atividades tradicionais em nome do turismo.

Inúmeros são os casos de regiões litorâneas do nordeste brasileiro, por exemplo, onde os ofícios tradicionais como pescador ou artesão, deram lugar a subempregos na área da hotelaria, recreação, restauração, informais em muitos casos – e com ocupação de subempregos. Para além disso, ocorre o aumento do consumo de energia elétrica, água, e, conseqüentemente, do padrão financeiro de vida desse ou daquele lugar. E nem sempre se faz tais ressalvas para promover novos destinos turísticos.

²¹ O confronto entre o patrimônio que se tem construído ao longo dos anos com a aquisição de um valor histórico, e novas formas de exploração, toma proporções trágicas. Mal sabemos de exemplos de integração bem-sucedida de novas construções em um ambiente original (tradução própria).

Dessa forma, apegar-se ao discurso objetivo e reducionista de que facilmente o turismo gera emprego, renda, qualidade de vida, nessas regiões, é ingenuamente acreditar que tais pessoas terão oportunidades no turismo. Pessoas essas que na maioria das vezes tem baixa ou nenhuma escolaridade, experiência alguma em qualquer outra atividade senão a que sempre fizeram e que lhes garantiu a sobrevivência, sendo também desinformadas quanto aos seus direitos como cidadão e trabalhador. Na verdade, em diversas circunstâncias, esses moradores não são bem integrados à atividade, e se assim o forem, serão em cargos de baixa remuneração.

A atividade turística é complexa e em diversos casos pesada, e com ela se instaura também uma infraestrutura de lazer, restauração, hospedagem, apoio e acesso, nos agora destinos turísticos. Torna-se rapidamente evidente a nova dinâmica urbana que se mostra no dia a dia do lugar, e a chegada desses representantes do “desenvolvimento”, da “evolução”, da “civilidade”, traz também agravos para a permanência do antigo morador. Isso compromete diretamente a liberdade de que estamos falando, baseados em Amartya Sen, liberdade essa que se constitui enquanto fim primordial e meio para o desenvolvimento.

Para além disso, há também questões de desapropriação dos espaços para o turismo, terras compradas pelo capital internacional, adquiridas por preços ínfimos e subfaturados. Tal movimento também acelera a expulsão dos autóctones (da área turistificada ou até mesmo da cidade), que, em função de todos esses fatores anteriormente referenciados, acabam por se deslocar para áreas distantes da turística, e não mais passam a fazer parte do processo como verdadeiros beneficiados pela atividade, como antes se acreditava. A população perde espaço para o poder do capital turístico, e segue o caminho da periferia, do gueto, da marginalização, da favelização, do desemprego, da segregação até dos seus valores, cultura, história.

Esses destinos, de certo modo, esquecem seu passado, sendo os moradores inseridos como mão de obra turística, e elementos isolados da memória do autóctone apropriados pela atividade, auxiliando na experiência fictícia de viagem.

Atribuindo temas aos lugares, os planeadores, inadvertidamente, congelam suas identidades e estupidificam as potencialidades de se desenvolverem organicamente, apagando, por um lado, as suas inúmeras histórias, enquanto por outro limitam o seu futuro a uma narrativa previamente ordenada (Chang, 2000 citado em Crang, 2004, p. 100).

O que também se apresenta agora nesses espaços é a negação de sua condição cultural, identitária e muitas vezes econômica. Os destinos – sejam rurais, litorais ou urbanos, passam então a valorizar “a ficção e a dramaturgia, o espetáculo e a sensação, uma vez que a autenticidade não é necessariamente uma preocupação” (Da Silva, 2004, p. 30).

Assim, em diversos casos, o turismo se apropria do destino, com voracidade e alta tecnologia, promovendo grande mudança no espaço, que passa a assumir nexos espetacularizados da realidade local (Figura 18), quando não totalmente alheios ao entorno (Figura 19) – com construções temáticas, ou ainda sofisticadas e seletivas, como também com hegemonia na apropriação de toda espécie de recurso que possa lhe servir no processo de acumulação de riqueza e, portanto, de geração de lucro.



*Figura 19. Grupo de Maracatu apresenta-se de forma estilizada – Recife-PE [Fotografia]
Recuperado em 20 de agosto de 2016, de [http:// www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)*



*Figura 20. Meio de hospedagem com temática medieval em Natal-RN [Fotografia]
Recuperado em 2 de julho de 2016, de [http:// mapio.net](http://mapio.net)*

Por outro lado, o desenvolvimento associado ao turismo precisa ser visto a partir de uma ótica sob a qual se ampliem as liberdades reais que as pessoas desfrutam, no fato concreto e na condição real de emancipação e inclusão nos processos sociais (destaque aqui para os processos de integração entre visitantes e residentes).

Porém, inserido nesse confinamento orquestrado para seu exclusivo lazer, o turista não encontra o residente em condição de igualdade (apenas como trabalhador do turismo), tendo em vista que se esse morador estivesse na condição de lazer cidadão ocupando o espaço turístico, de alguma maneira estaria ele “destoando” da imagem paradisíaca do turismo e do imaginário criado pelo turista (o princípio de pureza de Bauman - 1998, discutido na introdução).

Como já explicitado nas primeiras partes desta obra, a experiência turística ocorre guiada por um roteiro manobrado em pequena ou grande medida pelo *trade* (público e privado): destacando o falseamento, a manipulação e a fantasia. A relação do turista com o destino é superficializada e conduzida para uma baixa edificação de laços com a paisagem visitada, ou pelo menos ao que é autêntico e espontâneo nesse destino. Destino esse cenarizado para alinhar-se ao discurso das agências de emissivo, peças publicitárias e todo um trabalho de marketing (público e privado) que atua para uma prática compacta e falseada tradução.

Cuando no son los conductores de las agencias, son vuestros guías y vuestros intérpretes quienes dirigen vuestros pasos y vuestras acciones, quienes os aturden con su verborrea y sus camelos, quienes deciden en última estancia sobre o que debéis o no debéis ver. Y de esta manera la realidad os llega deformada, como un texto que se lee a través de una traducción²² (Louis Bertrand, 1934 citado em Urbain, 1993, p. 226).

O destino é artificializado para que o cenário suplante a cidade, sendo a experiência de viagem uma “autêntica encenação”. Quanto a isso, Maccannel (1999) adverte que o que parece “bastidor”, típico, franco e desprezioso, acabou por passar por uma maquiagem para o consumo.

²² Quando não são os condutores das agências, são os seu guias e seus intérpretes que dirigem seus passos e suas ações, que atordoam sua verborragia e blefes, que decidem em última instância o que deve ou não deve fazer. E assim distorce a realidade que vem a você, como um texto que é lido através de uma tradução (tradutor).

I have suggested that for the study of tourism settings front and back be treated as ideal poles of a continuum, poles linked by a series of front regions decorated to appear as back regions, and back regions set up to accommodate outsiders. I have suggested the term stage setting for these intermediary types of social space, but is no need to be rigid about the matter of the name of this place, so long its structural features and their influences on ideas are understood²³ (Maccannell, 1999, p. 105 – grifo meu).

Em meio a essa transformação para o consumo, e à medida que o sistema de mercado turístico sobrepõe e subjuga o local, a construção socioespacial da comunidade se perde na especulação desses equipamentos e novos costumes, que, unidos a cada vez maior ausência de residentes, abrem caminho para os interesses apenas do capital. Aspecto esse que:

Diz respeito às tendências do turismo pós-moderno. Hoje, é possível destacar que o mundo dispõe de grande arsenal de recursos tecnológicos, e essa tecnologia tem sido aplicada significativamente no turismo. São exemplos: a implantação de parques temáticos, de “não-lugares”, e dos mega atrativos artificiais, além da aplicação aos serviços e ao transporte. Tudo isso tem sido apropriado pelos grandes investimentos de capitais e subordinados aos grandes centros de decisão do capitalismo corporativo global. É o espaço da globalização do turismo (Xavier, 2007, p. 52).

Capital esse que objetiva tornar o destino espetacularizado e mais convidativo aos olhos do turista, uma invenção de lugar. “O imperativo do divertimento consumista transformou radicalmente o estatuto e a função desta, tornando-a uma cidade feita para o prazer, o entertainment” (Lipovetsky & Serroy, 2015, p. 319).

Trata-se de verticalidades e induções que, via de regra, desvalorizam e muitas vezes suprimem o que existe de articulação social, coletiva e horizontal. São, portanto, forças e vetores de hegemonia tal capazes de estabelecer controle total sobre determinados espaços, citadinos ou não, praias, montanhas, territórios diversos. Esse movimento perpassa a autenticidade na experiência turística.

²³ Tenho sugerido que para o estudo de cenários turísticos de fachada e de bastidores sejam tratados como polos ideais de continuidade, polos ligados por uma série de fachadas decoradas para parecer com bastidores, e bastidores criados para acomodar visitantes. Sugeri o termo **autenticidade encenada** para esse tipo intermediário de espaço social (tradução própria, [grifo meu]).

Entretanto, em muitos casos, o máximo que se consegue é reproduzir algo sem atribuir-lhe o sentido que merece, fazendo da cultura do lugar alegoria fora do contexto, ao invés de valorizá-la (Figura 20-A), inserindo então elementos desconectados para representar o destino (Figura 20-B), ou ainda padronizando espaços para atender ao turismo internacional ([grifo meu], Silva, 2011, p. 22).



Figura 21. (A) Ginga com tapioca (prato típico de Natal) e (B) sushi de tapioca (servido em área turística) [Fotografia] Recuperado em 2 de julho de 2016, de <http://www.praiasdeNatal.com.br> e www.revistadeguste.com

Ocorre a desintegração da antiga identidade local e práticas culturais do residente, enquanto que para o visitante, consolida-se o imaginário geográfico de um destino espetacularizado, e na mesma medida pouco relacional com o entorno. Quando não, é possível encontrar, e com muita frequência, situações em que se associa turisticamente a cidade a um único ou poucos traços, como acontece quando um destino decide investir em tematização (nem sempre vinculada à cultura local), implantando elementos (decoreção, programação, estruturas, narrativas) que a ele se referem.

A explicação mais fundamental para a proliferação de ambientes temáticos nas últimas décadas tem sido relativamente bem aceita. Isto é, os temas estão ligados a produtos mundanos e a lugares como estratégia competitiva para aumentar lucros. Numa economia de mercado, cada vez mais baseada no consumo do que na produção, significados e identidades forjadas são cada vez mais importantes para criar diferenças perceptíveis em produtos que são realmente bastante semelhantes (Paradis, 2004, p. 230).

Quanto a esse movimento, Lipovetsky e Serroy (2015, p. 318) acreditam que existe uma forte concorrência entre as cidades para se destacar em atrativos, a dimensão estética

tornou-se um fator-chave destinado a incentivar o turismo, atrair os investidores, os organizadores de congressos, a nova classe dos “manipuladores de símbolo”.

Em muitos países, esses manipuladores estandardizam (tudo fica “meio igual”) as estruturas e a oferta da área turística, afastando-se de da população e de sua cultura antes presente na paisagem. Fazem isso por reconhecer ser mais “sensato” e “hábil” dar uma repaginada – modernizada – sofisticada no destino, do que qualificar e interagir com o espaço.

Não se quer aqui descolorir os evidentes pontos positivos da atividade turística em inúmeras localidades. Todavia, muitos estudos de caso descrevem a coexistência de dois lugares dessemelhantes em um mesmo espaço – o lugar onde se concentra o fenômeno turístico e o lugar do cotidiano residente.

Esse entendimento de processos de integração/segregação entre visitantes e moradores em destinos turísticos, em um primeiro momento parece objetivamente claro de se observar. Porém, em cada destino em que se instalam, esses processos se apresentam de maneira distinta, seguindo algumas características que podem nortear maior ou menor nível de integração/segregação entre os sujeitos. Isso pode se revelar na análise das paisagens geográficas apreendidas nesta pesquisa (registros de viagens às cidades de Recife-PE e Natal-RN), que abarcam dois dos principais destinos turísticos da região nordeste do Brasil.

Mesmo considerando complexas situações que envolvem participação popular, pressão ou parceria do poder privado e seu capital sob o estado e cidadão comum, eficiência ou inabilidade do poder público, o que se pretende comprovar é que esses processos de integração/ segregação /fragmentação estão associados objetivamente a três grandes dimensões. Estas que seriam: planejamento urbano da cidade (poder público), ação do poder público e privado sobre a segmentação turística, além das particularidades da configuração territorial da cidade e suas áreas funcionais turísticas. Esses determinantes presentes nas

capitais nordestinas aqui estudadas podem imprimir - em cada uma delas dinâmica distinta de convivência do turista com o urbano, reconhecendo que tais esquemas podem ser compreendidos nas duas perspectivas de integração a seguir:

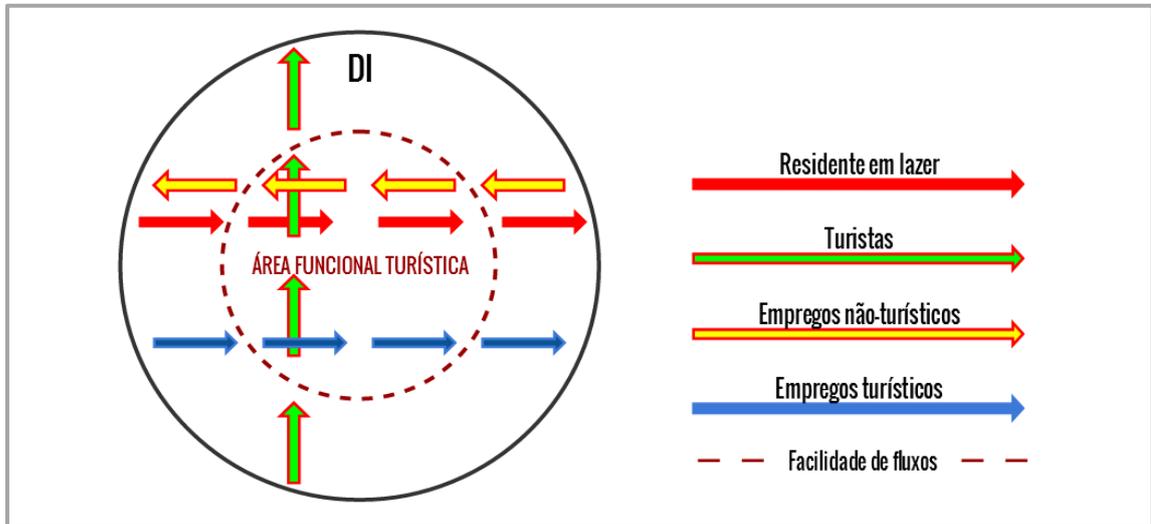


Figura 22. Destino Integrador [DI]

- *Planejamento Urbano da Cidade-Cenário [PUC-C]* – As agendas, projetos, ações governamentais de incentivo ao turismo, mobilidade e lazer público para a cidade (eventos culturais, sociais e esportivos, parques, equipamentos históricos e de consumo, circuitos, rotas etc.), além de espaço e equipamentos privados juntos permitem aos turistas e residentes programações semelhantes de entretenimento.
- *Ação Pública e Privada sobre o Turismo [APPT]* – O segmento-motivação turística divulgado pela iniciativa privada (mesmo reconhecendo o papel do estado nesse processo) coincide com uma prática que valoriza a permanência do residente em seu local, estimula o encontro, a atratividade cultural, patrimônio histórico e social do destino turístico (seu capital cultural) e natural, adotando a diversidade de tipos de turismo. Esse poder privado é representado por agências de turismo emissor e/ou receptor, meios de hospedagem, serviços de A&B e compras, promotor de uma experiência turística que destaca as características

tradicionais da cidade ofertada, com aparente diversidade e concentração de esforços em diversos segmentos turísticos.

- *Configuração Territorial [CT]* – A área de interesse funcional turístico está inserida na dinâmica citadina, em alguns casos pulverizada em pontos diferentes da cidade, sendo difícil dissociá-la das demais áreas consideradas não turísticas. Os espaços de circulação e pontos de visitação turística coincidem com locais de moradia, trabalho (empregos comumente ligados a diversos setores, para além dos advindos da atividade turística) e sítios de práticas de lazer do residente das mais diversas classes sociais. Em alguns casos, a configuração territorial que antecede a chegada do turismo é um fator importante dessa integração.

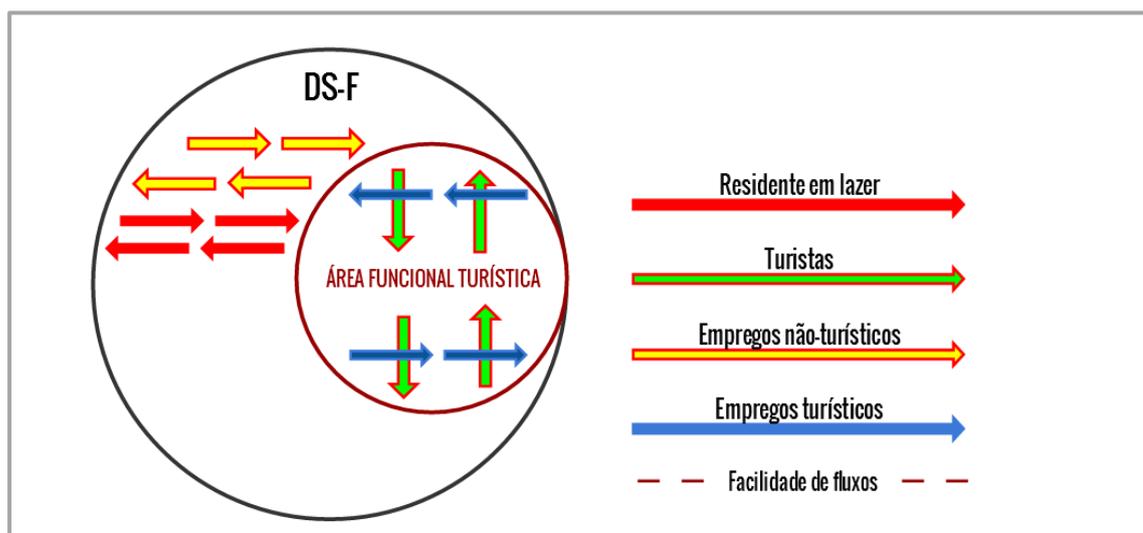


Figura 23. Destino Segregador-Fragmentado [DS-F]

- *Planejamento Urbano da Cidade-Cenário [PUC-C]* – As agendas, projetos, ações governamentais de incentivo ao turismo, mobilidade e lazer público para a cidade (eventos culturais, sociais e esportivos, parques, equipamentos históricos e de consumo, circuitos, rotas etc.) permitem aos turistas programações de entretenimento diferentes das vividas pelo residente. Os turistas concentram-se

em áreas funcionais turísticas claramente estabelecidas e sitiadas para a sua fixação.

- Ação Pública e Privada sobre o Turismo [APPT] – O segmento-motivação turístico divulgado e estimulado pela iniciativa privada (mesmo reconhecendo o papel do estado nesse processo) coincide com uma prática que valoriza atividades caracterizadas pela exclusividade e isolamento turístico (ilhas turísticas). Esse poder privado é representado por agências de turismo emissor e/ou receptor, meios de hospedagem, serviços de A&B e compras, promotor de uma experiência turística que destaca elementos descaracterizados da cidade, oferecendo opções de lazer e conforto eminentemente turísticas, com baixa diversidade e concentração de esforços em poucos ou em apenas um segmento turístico.
- Configuração Territorial [CT] – A área de interesse funcional turístico está centralizada em área específica-exclusiva para a prática do turismo de difícil acesso aos residentes. Os espaços de circulação e os pontos de visitação turística são periféricos e sitiados para a permanência do turista nesses espaços da cidade, tendo o residente dificuldades para adentrar e se utilizar dessas áreas. As áreas funcionais turísticas coincidem com locais de trabalho do residente (emprego estritamente ligado à atividade turística), mas pouco ou não com suas práticas de lazer.

Essas percepções de integração entre visitantes e locais em destinos turísticos enfatizam que os principais determinantes desse encontro se dão na dimensão do planejamento público, segmentação de mercado e configuração territorial. Isso surge como uma espécie de prisma que norteia um conhecimento sabidamente complexo, em uma estrutura mais objetiva. Isso não significa, no entanto, que cada uma dessas dimensões sejam

estáticas e que não tenham maior ou menor força ou articulação do que outra em destinos diferentes.

É possível observar cidades em que a configuração territorial do destino – sua geografia – associada a escolhas de espaços para ocupar a dinâmica turística (como foi o caso da Via Costeira de Natal no final dos anos 1970), de alguma maneira já dificulta a interação entre sujeitos (Figura 23), tendo os dois outros elementos (poder público e segmentação) outros pesos – causais ou consequentes desse primeiro.



*Figura 24. Floresta que separa a área turística das demais áreas de Natal-RN [Fotografia]
Recuperado em 6 de julho de 2016, de <http://blogdoborjao.blogspot.com>*

Em diversos destinos urbanos ao redor do mundo, principalmente os mais desiguais socialmente, com altos índices de violência, com problemas de saneamento e mobilidade, observa-se o poder público desenvolvendo ações e obras de isolamento, confinamento. Mas também podem ser encontrados lugares onde ocorre igualdade no uso dos espaços pelo sujeito que circula na cidade, permitindo – ao invés de aprisionamento, uma liberdade de locomoção e convivência.

Ainda é possível observar destinos onde a iniciativa privada trabalha com maior liberdade e poder sobre as outras duas dimensões, atuando sozinha ou pressionando o poder

público a realizar essa ou aquela ação de isolamento e priorização exclusiva do turismo em detrimento dos seus moradores. Mas pode ser também auxiliar em pautas públicas sobre o encontro entre os sujeitos. A iniciativa privada ainda pode ter a capacidade de diversificar o produto turístico, com a oferta de segmentos e programações turísticas amistosas em áreas de convívio residente, e se utilizando do seu capital cultural e patrimonial a favor da experiência turística e de seu lucro.

Assim, querer estudar tais dimensões nas cidades de Recife-PE e Natal-RN, é saber da relevância dessas forças para a prática do turismo e entendê-las como fatores que dificultam, mas que podem auxiliar no desenvolvimento socioespacial de centros urbanos. Nessa perspectiva, é fundamental acreditar em propostas equilibradas e conciliadoras de desenvolvimento, não apenas fazendo críticas ao capital e as suas ações diante da atividade turística e da paisagem. Mas também propondo um turismo mais preocupado em minimizar os impactos sobre seus atores e cenários (residentes e seu patrimônio cultural, natural e recursos).

Nessa agenda, é preciso pensar, literalmente, em um turismo concordante e simétrico que permita desenvolver caminhos para o aprazimento de todos os atores – população local, turistas e empresários do turismo. Mas que isso não atinja os recursos ambientais e sociais – que atue sobre uma política de marketing justa, e priorização de um modelo de desenvolvimento de políticas de turismo que não esteja centrado em propósitos apenas econômicos. Essas políticas devem preservar a natureza, a cultura, e a sociedade, emergindo um turismo inclusivo. Isto é, que se promova a inclusão dos que habitam as regiões onde o turismo se instala, e não o contrário. É preciso:

Adotar o direito à cidade, como slogan e como ideal político, precisamente porque ele levanta a questão de quem comanda a relação entre a urbanização e a produção do lucro. A democratização desse direito, e a construção de um amplo movimento social para

fazer valer a sua vontade são imperativas para [...] instituir novas formas de urbanização (Harvey, 2013, n.p.).

Que se valorize a racionalidade do território em sua totalidade, onde os indivíduos possam manifestar seus valores, seus saberes, experiências do cotidiano. Nesse contexto, a interação positiva entre autóctones e visitantes, a integração entre os espaços citadinos e turísticos devem se tornar premissas do tipo de turismo mais inclusivo.

The ultimate integration of tourism into the local community occurs when the local people discover the convenience and desirability of using facilities designed originally for tourists. I have noted some resourceful residents of big cities making constant use of guides such as New York On Five Dollars a Day in planning their own domestic travels, shopping trips, lunches downtown, evening entertainment and the like. Transportation systems can be designed so as to be convenient for both tourists and locals: inner city loop buses and stop at both the attractions and the department stores. Bridges and scenic roadways can and should be functional elements linking home and work, and, at the same time, attractions²⁴ (Maccannell, 1999, p. 169).

Essa concordância e simetria também passam pela humanização da viagem (Krippendorf, 2003), prezando pela indução de experiências turísticas mais fluidas e espontâneas (deixa-se claro que aqui não se quer julgar graus de refinamento e perfil de turistas). Viagens que deixem os visitantes mais emancipados e autônomos, com melhores condições de contato com a cidade, gerando mais comunidade e menos isolamento, mais solidariedade e menos egoísmo, mais cooperação e menos concorrência. Porém, para alcançar esse patamar, é preciso que haja também uma relação de cooperação e arranjo entre os interesses dos operadores do turismo (público e privado) e as cidades receptoras.

Tentando conciliar as necessidades do autóctone, com a dos operadores turísticos e visitantes, é preciso avançar no encorajamento a uma economia diversificada (Krippendorf,

²⁴ A integração final do turismo para a comunidade local ocorre quando as pessoas locais descobrem a conveniência e a conveniência de usar instalações projetadas originalmente para turistas (e vice-versa). Tenho notado alguns residentes engenhosos de grandes cidades fazendo uso constante de guias de New York dedicados para planejamento de viagens domésticas, viagens de compras, almoços no centro, entretenimento noturno e similares. Os sistemas de transporte podem ser concebidos de modo a serem convenientes tanto para os turistas como para os locais: os ônibus e estações urbanas nas atrações e nas lojas de departamento. Pontes e rodovias cênicas podem e devem ser elementos funcionais que ligam casa e trabalho, e, ao mesmo tempo, atrações.

2003), que não esteja vinculada única e exclusivamente à atividade turística (que é de natureza sazonal e sensível). Além disso, é imprescindível a permanência do controle e do poder de decisão sobre o destino nas mãos do residente e não exclusivamente do capital turístico, normalmente externo e preocupado fortemente com o lucro, e pouco envolvido com aspectos sociais e ambientais.

É preciso ainda valorizar a mão de obra, a memória, a história, e a cultura local (arquitetura, materiais e ofícios, expressões artísticas, literárias, folclóricas, gastronômicas em sua plenitude) como conduta fundamental para pensar um destino turístico integrado, justo e digno para os verdadeiros donos do solo, apesar de reconhecer que tais elementos não são cristalizados e que estão em eterna adaptação.

Apesar de destacarem a valorização da cultura, e maior interação entre turistas e residentes, para alguns autores, os enclaves, simulacros (a exemplo de resorts ou parques temáticos) não são de todo condenáveis (Krippendorf, 2003) – mesmo reconhecendo que esse modelo não é o mais adequado. Apesar de serem claros exemplos de segregação e baixas divisas para locais, tais “bolhas turísticas” podem (devem) promover o benefício econômico do destino, através de empregos de qualidade, cuidado com os recursos naturais e relação mais orgânica com o entorno.

Todavia, estando sempre a favor da maior interação e formação de um turista mais crítico, sugere-se aqui a criação de mecanismos de interação entre autóctones e visitantes com a consolidação de novas práticas turísticas onde o encontro entre sujeitos seja uma das atrações do lugar.

Essas viagens permitiriam a transformação do atual turista em alguém mais ávido pelo autoconhecimento, reflexão sobre seu entorno e conhecimento de mundo. Dessa maneira, a então atividade conhecida como uma peça de status e consumo, seria encarada como um

instrumento transformador de modo crítico e ideológico para quem recebe, mas também para quem visita.

Nesse sentido, mesmo reconhecendo a diversidade de interesses turísticos no mundo contemporâneo, acredita-se que “a experiência de viagem é importante para o ser humano, pois se configura como um momento sagrado, de transformação, de encontro com o próprio eu, de descoberta da diversidade” (Figueiredo, 2010, p. 271). Isso se dá a partir da relação com outras culturas e realidades, preocupado também com o destino a ser visitado, com os moradores, com o meio ambiente, nessa nova relação com o urbano e com a natureza.

Esse turismo, quando nas tomadas de decisão do poder público, ação privada e com envolvimento direto do cidadão, estaria preocupado com as condições sociais e materiais dos destinos, consonante com um processo mais voltado para a inclusão social dos sujeitos em toda a experiência nessa nova cidade turística.



3. Percurso metodológico: por registros de viagem que revelam mais que pitorescas paisagens



3 Percurso metodológico: por registros de viagem que revelam mais que pitorescas paisagens

A pureza é uma visão das coisas colocadas em lugares diferentes dos que elas ocupariam, se não fossem levadas a se mudar para outro, impulsionadas, arrastadas ou incitadas; e é uma visão da ordem - isto é, de uma situação em que cada coisa se acha em seu justo lugar e em nenhum outro. Não há nenhum meio de pensar sobre a pureza sem ter uma imagem da “ordem”, sem atribuir às coisas seus lugares “justos” e “convenientes” – que ocorre serem aqueles lugares que elas não preencheriam “naturalmente”, por sua livre vontade. O oposto da “pureza” – o sujo, o imundo, os “agentes poluidores” – são coisas “fora do lugar”. [...] Uma omelete, uma obra de arte culinária que dá água na boca quando no prato do jantar, toma-se uma mancha nojenta quando derramada sobre o travesseiro (Bauman, 1998, p. 14).

Bela ou feia, clara ou mal iluminada, próxima ou distante – não importa – somos compulsivamente atraídos pela paisagem, como são os olhares dos espectadores atraídos pelo palco. E o que vemos (ou percebemos) estimula nossa imaginação e desenvolve nossa capacidade de observação. Aquilo que os olhos veem juntem-se os estímulos sonoros provenientes de uma circunstância qualquer, e já não somos alvo apenas do que vemos, mas também do que ouvimos (Nunes, 2002, p. 216).

As epígrafes que inspiram as primeiras linhas desta secção sinalizam dois caminhos bastante presentes na contemporaneidade: a ideia de isolamento em guetos e tribos comportamentais; e paisagem (aqui turística) enquanto palco, espetáculo, seletiva e mercantilizada freneticamente pelo capital turístico. Ainda sobre essa secção, destaca-se que sua estrutura, referencial teórico e reflexões, são em certa medida inspirados na pesquisa de mestrado do autor (Silva, 2011 – apesar de novas inquietações e olhares mais recentes). Pesquisador que no período estudou sociologicamente a relação entre turistas e residentes na cidade de Natal, observando a mercantilização de partes da cidade em favor quase que exclusivamente da prática turística. Quanto a essa mercantilização, frisa-se que:

O capitalismo artista designa o sistema econômico que trabalha para estetizar todos os elementos que compõem e organizam a vida cotidiana: objetos, mídia, cultura, alimentação, aparência individual, e também lojas e shopping centers, hotéis e restaurantes, centros

urbanos, margens dos rios, portos e fábricas desativadas. Ele coincide com a generalização das estratégias de sedução estética, com o desenvolvimento da mise-en-scène da cidade e dos entornos comerciais (Lipovetsky & Seroy, 2015, p.315).

A paisagem nesse jogo representa a concentração de forças do próprio capital que seduz alguns, à medida que segrega outros, onde cada personagem tem bem marcado seu espaço e seus movimentos – onde cada sujeito deve consumir ou isentar-se. Esse exercício de consumo desenfreado no cotidiano contemporâneo, na gestão da atividade turística é representado pelas peças (trade privado e público, visitantes e visitados) de um jogo com estratégias nem sempre justas e harmônicas.

Diante dessa dinâmica, Silva (2011) ao estudar esse “agora” encontra correntes com base na teoria de “modernidade” e sua “descontinuidade” (Giddens, 2000). Mas também avança em outros raciocínios que entendem o momento como traço da “pós-modernidade” – e seus elementos ora de ruptura, ora de intensificação, do que seria estágio moderno da sociedade (Bauman, 1998). Segundo o autor, quanto a essa mesma realidade, ainda é possível debruçar-se sobre críticos – a exemplo de Lipovetsky – que têm uma compreensão de que estamos em uma espécie de “hipermodernidade” – representada pela exacerbação modernidade.

A partir dessas ideias, ora independentes, ora relacionadas, pode-se compreender o turismo e sua participação nas grandes transformações, como sendo mais um traço dessa contemporaneidade controversa, desigual, fragmentada e descontinuada. Podendo ser observado seja no comportamento da demanda – mercado consumidor (turistas), seja enquanto reestruturador da paisagem que ele abarca,.

Esse período, aos olhos de Lipovetsky (1989, p. 76), revela a vida cotidiana frenética e sem linearidade. Vida imersa “num tempo em que oposições rígidas se esbatem e as preponderâncias se tornam frouxas”, revelando extrema intercadência e irregularidade na

vida em sociedade, marcada pela valorização do pueril, do superficial, do novo, do modismo - se lançando na “era do vazio”.

Reconhecemos no hoje os “valores hedonistas que encorajam a gastar, a gozar a vida, a obedecer aos impulsos [...] que passam a gravitar em boa medida em torno do culto do consumo, dos tempos livres e do prazer” (Lipovetsky, 1989, p. 80). Esses valores são facilmente observados no desenvolvimento do fenômeno turístico em massa. Porém, nesse momento é possível conhecer o outro lado da conjuntura social global vigente, aqueles que estão alheios aos impulsos desse prazeroso consumo. Esses que, em alguma instância (financeira, cultural, social, étnica, religiosa), estão à margem desse processo, no qual a:

A qualidade de vida urbana tornou-se uma mercadoria para aqueles com dinheiro, assim como para a própria cidade, num mundo onde o turismo, o consumismo, o marketing de nicho, as indústrias culturais e de conhecimento, e também a perpétua dependência em relação à economia política do espetáculo, tornaram-se os principais aspectos da economia política do desenvolvimento urbano (Harvey, 2011, p.143).

Tentando fazer uma relação desses elementos com as causas e efeitos do turismo, reconhece-se aqui sua atual tendência global de crescimento, na medida em que o apelo ao consumo (o prazer de consumir) no mundo inteiro acelera-se incontrolavelmente, como também sua reformulação para a padronização de destinos em ações orquestradas do poder público e privado.

Essa tendência revela o ímpeto de compra, de consumir experiência turística ímpar, particular, por muitas vezes dedicada agora a grupos específicos, que ora são organizados em segmentos, ora são criados pelo próprio apelo do *trade* turístico. Essa tendência provoca inquietações no campo da gestão das cidades turísticas, na livre circulação dos seus moradores, na integração, na segregação, na xenofobia, na fluidez ou patrulhamento, na gestão das experiências de viagem e no encontro relacional do visitante com o destino – a cidade.

Experiência que em diversos casos coloca o residente em condição desfavorável diante dos espaços apropriados pelo fenômeno turístico, à medida que o turista ganha – pela sua força de consumo – o privilégio de circular pelo que parece ser a área mais segura, confortável e “vibrante” do espaço urbano, litorâneo ou rural. Os turistas seriam “portadores normalmente da mais vasta liberdade, representada pela capacidade de consumo” (Silva, 2011, p. 31) da paisagem turística, em alguns casos integrada ao destino e aos seus, quando não excludente e seletiva.

No caso do turismo em diversos destinos do Brasil, imersos em “capitalismo periférico” (como é caso das capitais nordestinas aqui estudadas) – o residente motivado pelo exercício do consumo (que se apresenta paulatinamente em seu cotidiano), tem dois caminhos, que nem sempre é convidado – se não conduzido – a experimentar. Ou se insere na dinâmica do consumo ou esquivava-se da paisagem “marcada por processos desiguais de acumulação e apropriação de riqueza, o que se traduz e de evidencia na produção do espaço” (Azevedo, 2014, p. 77).

Sem condições socioespaciais de participar efetivamente da ação sistemática de consumo em outras áreas – e em especial aqui do campo do lazer cidadão, o residente pobre, dentro da dinâmica urbana passa a ser encurralado em áreas de carente ação pública e privada. São normalmente alheios ao sítio e edificação de projetos turísticos para os que podem exercer a sua liberdade de consumo (condição que será debatida na análise dos destinos Recife-PE e Natal-RN).

Por exemplo, na paisagem cidadina, “à medida que o empresário do *trade* turístico e o próprio turista se apropriam dos espaços eles desregulam o que antes estava posto, e no mesmo passo, regulamentam a seus interesses” (Silva, 2011, p. 31). Cria-se verdadeiros parques de diversão para o consumo. Diante dessa espetacularização para uns (turistas), e tédio ou pesadelo para outros (residentes), é necessário retomar também o olhar de Bauman

(2009) em relação à criação dos espaços e sujeitos na busca pela “pureza” na hierarquização social.

Ao estudar o fenômeno turístico, alinha-se às suas ideias por compreender que, o setor de viagem e entretenimento promove práticas turísticas exclusivistas, obrigando uma parcela (grande ou pequena) do residente a não participar efetivamente:

Do jogo consumista, (sendo eles) os deixados fora como um “problema”, como a “sujeira” que precisa ser removida, são consumidores falhos – pessoas incapazes de responder aos atrativos do mercado consumidor porque lhes faltam os recursos requeridos, pessoas incapazes de ser “indivíduos livres” conforme o senso de “liberdade” definido em função do poder de escolha do consumidor. São eles os novos “impuros”, que não se ajustam ao novo esquema de pureza. Encarados a partir da nova perspectiva do mercado consumidor, eles são redundantes – verdadeiramente “objetos fora do lugar” ([grifo meu], Bauman, 1998, p. 24).

Essa “purificação” socioespacial segrega e obriga muitas vezes os sujeitos a viverem “cada um no seu quadrado” (Silva, 2016), sendo a cidade turística marcada por múltiplas faces, fragmentada e segregada entre ricos e pobres, ainda mais fatiada, agora entre turistas e residentes. Essa higienização observada na perspectiva da paisagem turística é normalmente, como já mencionado, impressa pela maior ação e liberdade da gestão privada em conduzir agendas dos projetos e espaços mediante um interesse pouco plural. Nessa lógica o papel da gestão pública está em auxiliar na legitimação desses interesses - movimentos que podem inibir o direito fluido à cidade. Direito esse que:

É muito mais que a liberdade individual de ter acesso aos recursos urbanos: é um direito de mudar a nós mesmos, mudando a cidade. Além disso, é um direito coletivo e não individual, já que essa transformação depende do exercício de um poder coletivo para remodelar os processos de urbanização (Harvey, 2013, n.p.).

O direito à cidade – tema tão presente nos debates populares que envolvem inclusive as cidades estudadas (exemplo do debate sobre a região do “Cais Engenheiro José Estelita”, em Recife, e “Queremos ver o Mar – Via Costeiro”, em Natal), se apresenta aqui como base

para refletir sobre integração/ segregação/ fragmentação nos trajetos turísticos dos destinos em questão. Dissertar sobre essas paisagens que segregam ou integram nas capitais propostas (Recife-PE e Natal-RN), nos convida a considerar maneiras de sentir, viver e representar a experiência de cidade, a partir do turista, e seu contato com o destino. Experiência do urbano que pode, infelizmente, incorrer em:

Um mecanismo de triagem e de filtragem que seleciona, no conjunto das populações, os indivíduos mais capazes [...] porque os grupos não têm as mesmas características, nem a mesma influência política, nem o mesmo poder de escolher o seu lugar [...] Consequentemente, os indivíduos entram em competição para ocupar os melhores lugares, e as pessoas – os grupos – mais fortes conseguem atribuir-se os lugares privilegiados [...] Resultando disso a **SEGREGAÇÃO SOCIOESPACIAL** dos grupos sociais, que são distribuídos em lugares mais ou menos distintos ([grifo meu], Guirriec, 2008, p. 31).

Reconhecendo a necessidade de saber se existe e de que maneira ocorre uma possível segregação nas cidades estudadas, analisou-se conteúdos baseados nas vivências e representações de cidades turísticas, expressos nos vídeos selecionados. Dessa forma,

Primando pela análise do fenômeno contextualizado, mas buscando resgatar e/ou compreender a essência da paisagem estudada de maneira qualitativa. Consideram-se como pontos importantes a descrição direta da experiência ao observar o fenômeno, bem como o exercício da suspensão das afirmações que o naturalizam para compreendê-lo (Silva, 2011, p. 39, ao referir-se a sua pesquisa com inspiração metodológica em Merleau-Ponty, 1999).

Tal iniciativa permite a essa pesquisa o “conhecimento das relações das pessoas com a construção do espaço do turismo” (Xavier, 2007, p. 69), o que faz avançar sobre as representações da experiência de viagem. Representações que são repletas de interações, tensões e animosidades, ruas largas e barreiras físicas ou invisíveis, onde a paisagem pode ser apreendida como rica de significados sobre a dinâmica socioespacial turística.

Pensando assim, destaca-se que “os gostos de um homem, seu caráter, a atitude que assumiu em relação ao mundo e ao ser exterior, são lidos nos objetos que ele escolheu para

ter à sua volta, nas cores que prefere, nos lugares onde aprecia passear” (Merleau-Ponty, 2004, p. 23). Sendo assim, considera-se a análise dessas visões fundamental para a pesquisa, visto que o trabalho pousa seu olhar sobre as cidades de Recife e Natal, estudando imagens que remetem à representação da paisagem, com foco na imaginação geográfica dos turistas.

Nesse sentido, parte-se do princípio de que ao vivenciar a paisagem turística, e extrair imagens, registros de viagem, sendo quase sempre “ator desse enredo”, o viajante sintetiza uma representação de certo particular-individual. Mas também colabora em grande medida (no turismo de massa – experiências repetitivas) com uma representação pública-coletiva acerca dos locais visitados e experienciados. Sendo assim, essas paisagens acabam por se tornar fontes cada vez mais frequentes nas análises de áreas das ciências sociais – análise aqui estruturada para uma discussão sobre o turismo.

Partindo da premissa de que “a produção das imagens jamais é gratuita, e, desde sempre, as imagens foram fabricadas para determinados usos, individuais e coletivos” (Aumont, 1993, p. 78), paralelamente, pensa-se que ao criar um valor de representação das coisas mostradas, a imagem (registro fílmico de viagem – VLOG) expressa papel fundamental no entendimento sobre a experiência do sujeito turista. E dessa maneira, atenta para a compreensão do objeto mostrado (cidade integrada/segregada turisticamente).

Ao considerar a metodologia estruturada por Bardin (1977), o trabalho estudou a paisagem turística de Recife e Natal e suas implicações na segregação/integração do turista de massa com a cidade, mediante uma análise de conteúdo fílmico, utilizando representações da paisagem citadina em vlogs de turistas nacionais. Incorporando-se ao caminho metodológico desenhado por Bardin sobre análise de conteúdo, a pesquisa media discussões a partir da categoria de paisagem na geografia e seus desdobramentos na concepção de imaginação geográfica turística urbana (temas levantados na secção 01).

A vida urbana se estrutura como cenas. As cidades se definem por aquilo que se faz mostrar, por aquilo que se faz visível, mas também por aquilo que se adivinha, ou se deduz existir sem necessariamente estar presente ou visível, é mais ou menos como quando vemos uma imagem e deduzimos, pelo que vemos, aquilo que não está sendo mostrado, mas que deveria fazer parte da cena se a abertura do olhar ou do enquadramento fosse maior. No cinema, diríamos o “fora de campo”, ou seja, tudo aquilo que, sem estar inteiramente visível na tela, participa da compreensão da cena como se estivesse ali por inteiro; em suma, o invisível não é inexistente (Gomes, 2013, p. 185).

Seguindo as orientações de Gomes (2013), o trabalho de análise do pesquisador atenta para a experiência do urbano vivida pelo turista e sua relação com a cidade, observando não simplesmente o elemento facilmente visível, mas suas mais profundas camadas, significações, apresentações e ocultações. Para tanto,

A tentativa do analista é dupla: compreender o sentido da comunicação (como se fosse um receptor normal), mas também e principalmente desviar o olhar para uma outra significação, uma outra mensagem através ou ao lado da mensagem primeira. A leitura efetuada pelo analista, do conteúdo das comunicações, não é, ou não é unicamente, uma leitura “a letra”, mas antes o realçar de um sentido que se encontra em segundo plano (Bardin, 1977, p. 41).

Já está posto que a pesquisa compreende que paisagem pode ser encarada como uma cena humana complexa a ser dissecada em sua essência, “como um pensamento oculto a ser achado por trás dos objetos, das palavras e dos olhares” (Besse, 2014, p. 21). Nesse sentido, o papel de espectador/pesquisador é de apreciador crítico das imagens destacadas a partir de critérios apontados nas próximas linhas, acolhendo a abertura para outras significações para além das reducionistas e tomadas pela obviedade narrativa dos vídeos apresentados.

Além da análise de conteúdo fílmico, houve também a visita e observação de áreas funcionais turísticas (Recife – 05 a 09/01/2017 e Natal – 12 a 15/01/2017), para conhecimento geográfico do trajeto nas cidades estudadas, sendo esta investigação subsidiada pelas considerações extraídas anteriormente dos vídeos de registro.

Esses registros, quando estudados na perspectiva da análise de conteúdo, sugerem uma leitura sobre o entorno da experiência turística. Dessa maneira, esta análise valorizou o contexto em que os relatos são apreciados mediante técnica que valoriza o encaixe de peças para criação de um quadro de inferências (“mapas de conhecimento” – Bauer & Gaskell, 2015) sobre processos de integração socioespacial entre turistas e residentes. Na elaboração desse quadro, “a análise de conteúdo pode necessitar ir além da classificação das unidades de texto, e orientar-se na direção de construção de redes de unidades de análise para representar o conhecimento não apenas por elementos, mas também em suas relações” (Bauer & Gaskell, 2015, p. 194).

As unidades que solidificam as inferências aqui são alimentadas por índices (espécie de temas – dimensões – esferas) que substanciaram o interesse da pesquisa sobre processos de integração do turista com a cidade, sugerindo como hipótese a existência de dois diferentes níveis (perspectiva de cidade integrada; e cidade segregada-fragmentada).

Essa hipótese é analisada sob três linhas analíticas e variáveis (planejamento urbano da cidade-cenário, ação pública e privada sobre o Turismo; e configuração territorial do destino turístico – dimensões da análise), como explicitado na seção anterior. E para cada uma delas foram desvendadas unidades de contexto, tendo cada unidade uma ou mais unidades de registro (Tabela 1) que guiaram a análise dos vídeos sobre Recife-PE e Natal-RN e posterior investigação documental e visitação, quando necessário. Tais unidades de contexto e registro foram frutos de uma apreciação particular do fenômeno turístico, mas que indiretamente são inspirados em diversas estruturas, a exemplo dos atributos da imagem do destino turístico (Santana, 2009), ou ainda os estudos da paisagem urbana turística de Bullón (2006).

PLANEJAMENTO URBANO DA CIDADE-CENÁRIO [PUC-C]	AÇÃO PÚBLICA E PRIVADA SOBRE O TURISMO [APPT]
- Mobilidade do Transporte Urbano (fixos e fluxos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Via ✓ Veículo ✓ Força motriz ✓ Terminal 	- Mobilidade do Transporte turístico (fixos e fluxos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Via ✓ Veículo ✓ Força motriz ✓ Terminal ✓ Modelos de passeio (pequenos grupos, grandes grupos, individuais)
- Espaços de Lazer para Residentes (fixos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Praças ✓ Parques ✓ Centros históricos / culturais ✓ Praias, lagos, rios 	- Atrativos Turísticos Visitados (fixos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Naturais ✓ Artificiais - Equipamentos Específicos do Turismo: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hospedagem ✓ Alimentação ✓ Agenciamento ✓ Lazer ✓ Compras ✓ Vida noturna
- Atividades de Recreação para Residentes (fluxos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Culturais/Religiosos ✓ Esportivas/saúde/lazer ✓ Eventos ✓ Contemplação/contato com a natureza 	- Motivação turística (fluxos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cultural ✓ Sol e praia ✓ Eventos ✓ Aventura ✓ Outros
- Hospitalidade Não Turística (fluxos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Servidores públicos ✓ Trade não turístico ✓ Moradores 	Hospitalidade Turística (fluxos): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trade público ✓ Trade Privado
CONFIGURAÇÃO TERRITORIAL [CT]	- Localização (concentração/pulverização) das áreas funcionais de lazer residente (fixos).
	- Localização (concentração/pulverização) das áreas funcionais turísticas (fixos).

Tabela 1. Evidências de Processos de Integração dos Turistas com a Cidade-Cenário

Os índices apresentados no quadro anterior foram observados nos vídeos de registros de viagem, levando em consideração aspectos imagéticos e narrativos (localizações,

comportamentos, diálogos, atividades, turnos) presentes nos vídeos. Esses aspectos deveriam subsidiar a discussão sobre integração *versus* segregação nas cidades analisadas.

Após a estruturação dos índices, foi necessário realizar a escolha dos Vídeos - esses que também foram criteriosamente elencados mediante 08 pré-requisitos sequenciais que trouxeram mais confiabilidade. A seguir apresenta-se os referidos filtros:

1. *Palavra-Chave*: em pesquisa no site youtube, a primeira etapa da busca consistiu na inserção das palavras “férias”, “turismo” e “passeio”, seguidas dos nomes das cidades de “Recife” e “Natal”. Com a saída aleatória de títulos que apontavam tais palavras, foram selecionados os endereços on-line. Destaca-se que durante a varredura, permitiu-se em alguns casos o uso de derivados das palavras, como: “viaja”, “viajando”, “passear”.
2. *Data de Postagem*: por reconhecer que as duas cidades estudadas foram alvo de investimentos e transformações turísticas para sediar jogos da Copa do Mundo de Futebol de 2014, a pesquisa selecionou apenas os vídeos que foram postados após a abertura do evento (12/06/2014), tendo como prazo final 30/07/2016 (fim de média estação).
3. *Duração do Vídeo*: diversos vídeos se mostraram muito curtos, não sendo uma fonte interessante de representação da experiência de viagem. Dessa forma, optou-se por vídeos com duração mínima de 5 minutos, por entender que esse seria um tempo adequado para o turista apresentar impressões e captar as mais emblemáticas imagens e situações.
4. *Número de Visualizações*: comumente, valoriza-se um vídeo postado em sites de compartilhamento pela quantidade de visualizações, o que remete à relevância do material, seu alcance e o poder de persuasão imagética de quem o

postou. Assim, foram inclusos para análise apenas vídeos com mais de 50 visualizações.

5. *Número de Postagens*: uma das características de “vlogueiros” é realizar com certa periodicidade a postagem de vídeos. Partindo desse princípio, a pesquisa optou por analisar vlogueiros que tivessem a partir de 05 posts.
6. *Proporção Like/Deslike*: “Like” significa a aprovação do vídeo por parte daqueles que o visualizaram, à medida que “deslike” determina o número de reprovações (descontentamento) dadas à postagem. Para esta pesquisa, selecionaram-se vídeos que tinham mais “likes” que “deslikes”.
7. *Número de Seguidores*: outra característica de um “vlogueiro” está na quantidade de pessoas que o “seguem” – que acompanham diretamente suas postagens. Levando em consideração esse aspecto, foram selecionados apenas vídeos que tinham seus proprietários com pelo menos 10 seguidores.
8. *Número Máximo de Vídeos por Cidade*: ao final do processo de filtragem, a cidade de Recife-PE apresentou 09 e Natal-RN 33 experiências em vídeos. Enfatiza-se que esse resultado preliminar pode servir como evidência das pesquisas de fluxo turístico no Nordeste, que mostra exatamente a cidade de Natal como um dos destinos de maior fluxo de visitantes, tendo Recife o mais baixo número de entre as duas cidades. Por motivos de possibilidade consistente e segura de análise de conteúdo dos vídeos, optou-se por 15 experiências de viagem por destino, selecionando as publicações mais recentes. No caso da cidade de Recife, foram acrescentadas mais 06 experiências que haviam sido pré-selecionadas, mas que tinham sido excluídas por não atender a todos critérios. Elas foram reconduzidas à lista por terem sido as seis últimas a sofrer

eliminação na seleção (A cidade de Recife finalizando também com 15 experiências, assim como Natal).

Cabe ressaltar que qualquer vídeo previamente selecionado foi excluído do processo de filtragem quando não apresentava em sua descrição todas as informações necessárias. Além disso, por reconhecer que alguns vloggers acabam postando vários vídeos sobre a mesma viagem, optou-se, nesses casos, por entender que todos os vídeos representavam uma experiência. Dessa maneira, Recife acabou com 17 vídeos e Natal com 21 registros, porém ambas com 15 experiências de viagens.

A análise dos vídeos se deu a partir da técnica de apreciação livre de imagem levantada por Aumont (1993), estudando as imagens ora de significação primária ou natural, ora de significação secundária ou convencional. A primeira está voltada para a imagem factual, revelando a obviedade da cena. Todavia, a segunda corresponde à análise da imagem, prezando agora pelo contexto da figura e sua representação.

A exploração do material foi realizada através de análise temática exposta no Tabela 1, buscando “descobrir os ‘núcleos de sentidos’ que compõem a comunicação. [...] O tema é geralmente utilizado como unidade de registro para estudar motivações de opiniões e atitudes” (Bardin, 1977, p. 105).

Assim, consideram-se os índices por regra de apontamento no quadro e destaque nas representações da paisagem de Recife e Natal, construindo núcleos de sentido extraídos da observação mediante análise fílmica – que se desdobrou em duas sessões, referindo-se individualmente a cada uma das capitais selecionadas. Buscando confirmar a hipótese sobre modelos de processos de integração do visitante com cidades turísticas, a pesquisa segue um trajeto (Figura 24), objetivo de catalogação e análise, para substanciar sua hipótese.

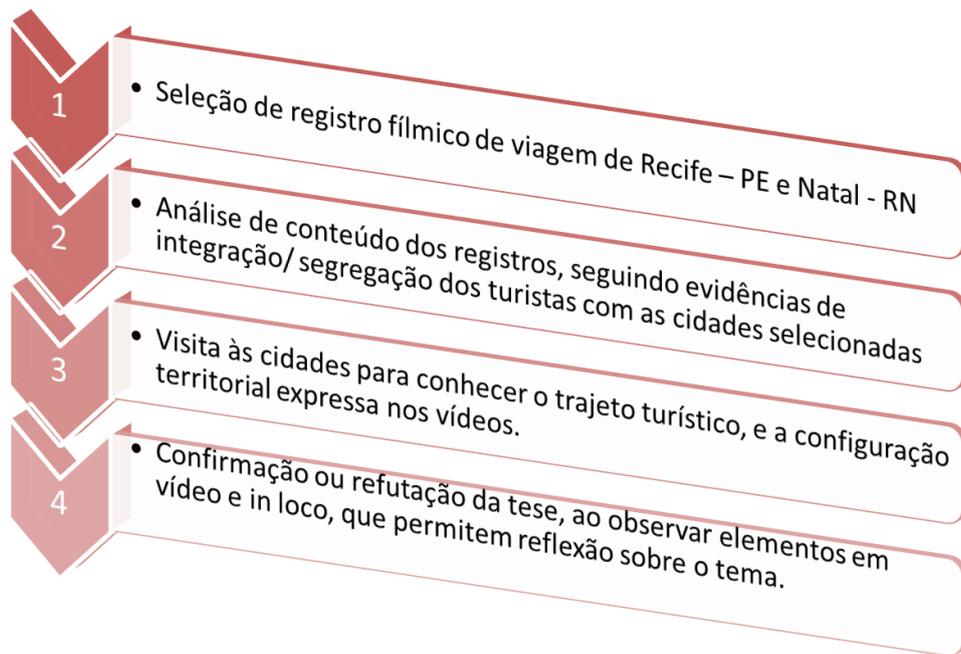


Figura 25. Trajetória da Pesquisa

Os registros de viagem aqui analisados (como já mencionado) são vídeos/experiências espontâneas de turistas nos seus dias de lazer, não tendo pretensão documental e/ou científica – não oferecendo uma estrutura narrativa arquitetada, ou proposta de aprofundar reflexões. Apesar disso, seguindo nessa estrutura de análise, tais registros formam um acervo rico de experiências que referenciam também a captação do imaginário geográfico, e de representações paisagísticas que exibem a dinâmica turística das cidades de Recife e Natal, permitindo reflexões e proposições socioespaciais.



4. RECIFE-PE: Uma cidade desigual, mas com dinâmica turística integradora (DI)



4 Recife-PE: Uma cidade desigual, mas com dinâmica turística integradora

[DI]

A capital pernambucana do Recife, uma das mais importantes cidades do Nordeste brasileiro, foi fundada em 12 de março de 1537, sendo a mais antiga capital estadual do Brasil. Sua história é marcada por interesses de desenvolvimento e apropriação territorial (Capitania de Pernambuco), escoamento de mercadorias (característica portuária), invasões e disputas (holandeses – Gesteira, 2004), guerrilhas políticas (Guerra dos Mascates), revoluções (Revolução Pernambucana), apogeu e declínio de ciclos econômicos, como o açucareiro, nos primeiros séculos, e o levante industrial, já no século XX.

A cidade do Recife – acrescida de duas de suas cidades vizinhas, Olinda e Jaboatão dos Guararapes, indiretamente aqui estudadas (que compõem o que chamam de “litoral Centro” – Carvalho, 2009) – tem em sua trajetória histórica a presença de diversos povos. Entre eles podem ser apontados os índios Tapuias e Tupis dos Caetés, ainda no período pré-colonial, além da forte presença portuguesa, holandesa, africanos nos séculos seguintes – povos que ajudaram a compor o traço social, político e econômico do território. Por conta disso, a cidade possui uma tradição cultural e histórica peculiar e expressa em seus prédios históricos e manifestações culturais.

Logo, a paisagem e as representações se sucedem sobre suas ilhas e penínsulas – uma das características de Recife (Figura 25). Cidade essa que está abaixo do nível do mar e possui diversas pontes ligando partes importantes da cidade. Diversos bairros são emoldurados por mata atlântica, e margeados por rios e manguezais – hidrografia que permitiu à cidade “relações tão profundas e variadas – econômicas, sociais e culturais”. (Villaça, n.d., p. 13)



Figura 26. Panorama da cidade de Recife no século XIX (vista marítima de área central). Panorama da cidade de Recife, c. 1855, de Augusto Stahl. Recife, Pernambuco/Acervo IMS

A reconhecida economia da Região Metropolitana de Recife gira em torno do setor de comércio e serviços (sendo referência de medicina entre as capitais nordestinas) e turismo, além de polo industrial e sistema portuário de escoamento e recepção de mercadorias, tendo a cidade um dos maiores PIBs e o maior IDH [Índice de Desenvolvimento Humano] do Nordeste, de acordo com a PNUD (2010).

Nesse cenário, Recife se apresenta como uma das cidades mais populosas do território nacional (previsão de 1.625.583 habitantes para 2016, segundo o IBGE), além de ser a capital de um estado que se destaca no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica [IDEB] (2015).

Entretanto, a cidade apresenta problemas estruturais de ordem urbana – como carência de saneamento básico (Instituto Trata Brasil, 2015) e crescimento urbano desordenado e sistema urbano de drenagem deficitário. Além disso, a *Cobertura populacional estimada pelas Equipes Básicas de Saúde* não tem um alcance aceitável (Índice de Desempenho do Sistema Único de Saúde [IDSUS] - 2011).

Além disso, existe alto déficit habitacional na região metropolitana de Recife (carência de 131.077 moradias – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio [PNAD],

IBGE, 2014), como também o baixo tratamento de esgoto, que chega a apenas 36,4% da população, segundo Instituto Trata Brasil (2015). Essas seriam algumas das realidades preocupantes de sua dinâmica urbana, de acordo com Observatório das Metrôpoles (Observatório PE, 2015).

Em uma análise intraurbana percebe-se a expressão de um dos traços mais conhecidos e antigos da configuração territorial da cidade – o avizinhamiento entre pobres e ricos, onde “espaços urbanos de elevado padrão justapõem-se a espaços de extrema pobreza” (Souza, Lima, Anjos & Silva, 2015, p. 241). Nesse cenário Recife se desenha como uma cidade de desigualdades socioespaciais latentes, estratificação social e contradições que permitem entendê-la como complexa e envolvida em uma dinâmica que revela sua “condição de metrópole regional incompleta, periférica e desigual” (Bitoun & Miranda, 2015, p. 21).

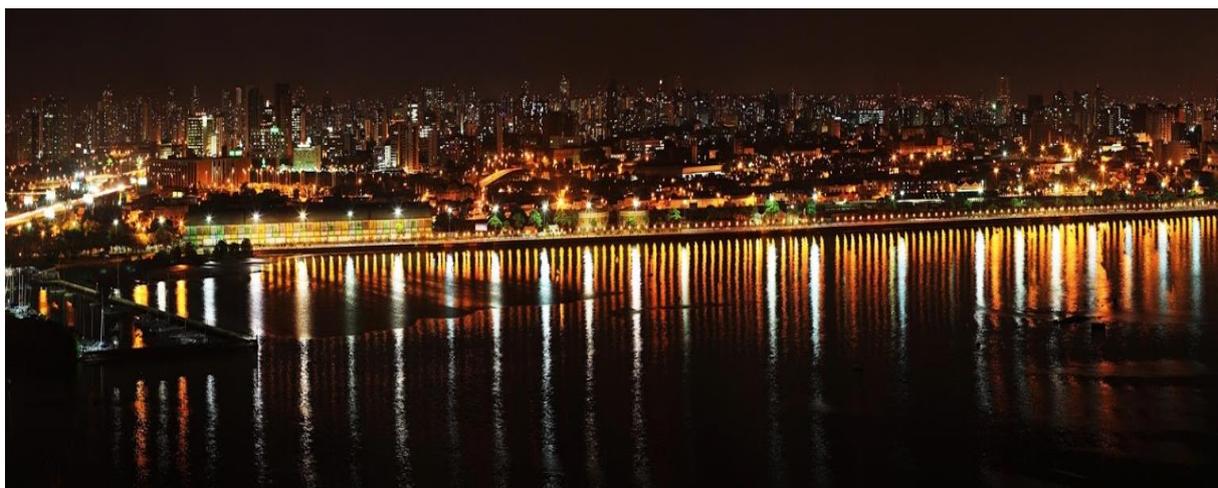


Figura 27. Figura Panorâmica de Recife do século XXI (Ilha de São José) [Fotografia] Recuperado em 30 de dezembro de 2016, de <http://www.skyscrapercity.com>

Apesar da característica de certo “avizinhamiento” entre classes, Recife oferece aos poucos uma nova reconfiguração social aumentada na última década, que é a de “processos de ‘autossegregação’, expressando uma ação coletiva de preservar o local de residência entre pares para evitar a mistura social” (Birtoun & Miranda, 2015a, p. 174).

Essa expressão de isolamento - quando se trata da economia do turismo - precisa ser relativizada (parece ter maior integração). A representação contida na paisagem expressa nas 15 experiências de viagem a seguir aponta uma perspectiva do destino Recife para integrar-se ao turista – e vice-versa. E para consolidar tal hipótese, nas linhas seguintes serão apresentadas as evidências dessa interpretação sobre a cidade de Recife, mas também dos dois municípios litorâneos limítrofes e que com ela se conurbam (Olinda e Jaboatão dos Guararapes) e estão frequentemente representados em diversos vídeos.

A) Mobilidade do Transporte Urbano [PUC-C] = Mobilidade do Transporte Turístico [APPT]

Longe de fazer uma leitura ampla e densa acerca da mobilidade urbana da cidade de Recife e suas cidades vizinhas (Olinda e Jaboatão dos Guararapes), o trabalho crê que inúmeros são os estudos que apontam coerentemente sérios problemas de mobilidade em Recife.

Apesar disso, em análise dos índices da Mobilidade do Transporte Urbano e Mobilidade do Transporte Turístico, que estão respectivamente associados ao PUC-C e à APPT – percebeu-se diversos registros de viagem que serviram para desenvolver uma análise sobre a mobilidade utilizada ou percebida pelo turista durante sua estada. Dessa maneira acredita-se que tais experiências de viagem estariam incutidas na imaginação geográfica (Costa, 2012) do turista sobre a cidade-cenário.

No que se refere à Mobilidade do Transporte Urbano, que envolve o deslocamento do cidadão comum sobre a cidade-cenário, apresentam-se inicialmente paisagens que mostram o uso de serviço de transporte em ônibus interurbano nos deslocamentos do morador – parecendo ser um dos modos de deslocamento mais utilizados pelo residente.

Quanto a esse transporte urbano, o vídeo 05 mostra o turista circulando pela cidade de Recife em ônibus público. Além disso, alguns vídeos sinalizaram a possibilidade de seu emprego por turistas. Isso porque os vídeos 01, 03, 06, 08, e 12 – justamente por não evidenciar em nenhum momento a chegada do visitante aos espaços sem destacar outros meios de transporte, pode denotar o uso do ônibus urbano.

Para além do possível uso, vários são os vídeos que mostram o reconhecimento imagético do turista acerca do modo de operação do serviço de transporte coletivo usado pelo residente. Evidencia-se aparição de vários ônibus urbanos (aparentemente moderno/ destaque para veículo sanfonado e acessibilidade/maxi ônibus – Vídeo 02/Figura 27, além dos vídeos 05, 08, 10 e 15/Figura 28) trafegando em vias exclusivas e expressas (Corredor da Rodovia PE 15). Tais veículos circulavam pelo Centro Histórico do Recife Antigo e entorno (Bairros de Recife, Boa Vista, São José e Brasília Teimosa – Mapa Turístico do Recife Antigo²⁵), cruzando pontes, e passando em ruas e avenidas (como foi o caso da Avenida Boa Viagem, no bairro turístico e residencial que leva o mesmo nome do logradouro).

Tais registros mostram também certo ordenamento do serviço de transporte em ônibus interurbanos, ao mostrar (além das vias expressas e exclusivas em algumas áreas), estações de ônibus de grande porte (Vídeo 02/Figura 29), além de pontos de ônibus com cobertura e assento em área turística (Centro Histórico do Recife Antigo – Vídeos 01, 08 e 15). Isso pode denotar a possibilidade de acesso a essas áreas tanto por parte do turista como do residente que trabalha, estuda, faz compras, ou se diverte – aspecto que precisaria de uma análise mais apurada, seguindo outros caminhos metodológicos.

²⁵ Mapa elaborado pelo Grupo de Cartografia Temática da UFPE (2013).



Figura 28. Ônibus articulado na via PE-15 - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

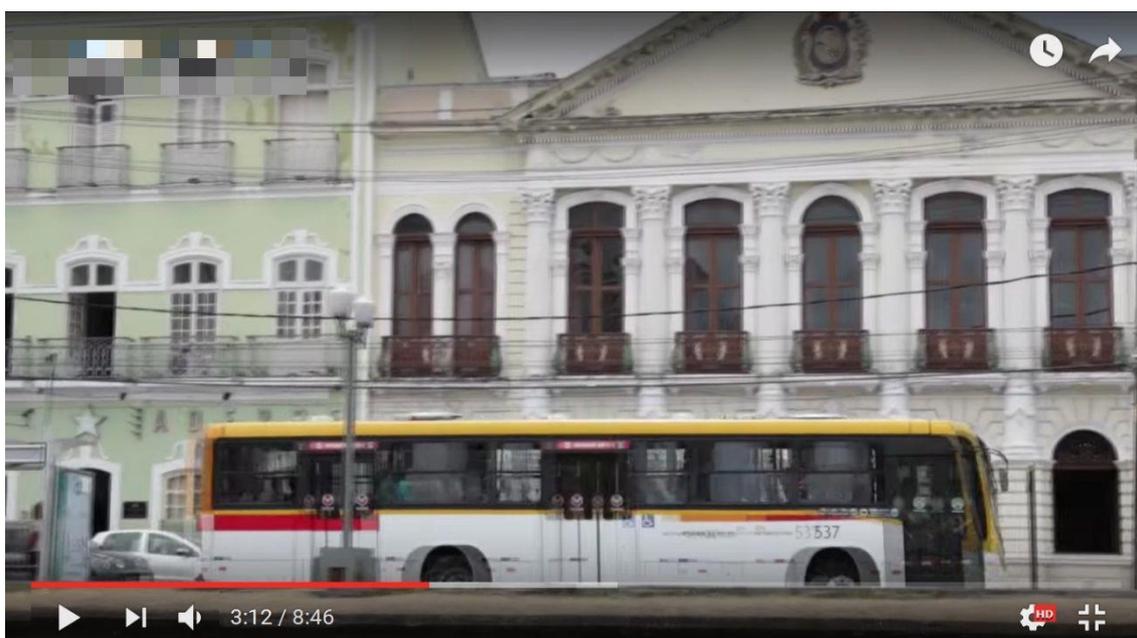


Figura 29. Ônibus urbano circula no centro da cidade - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

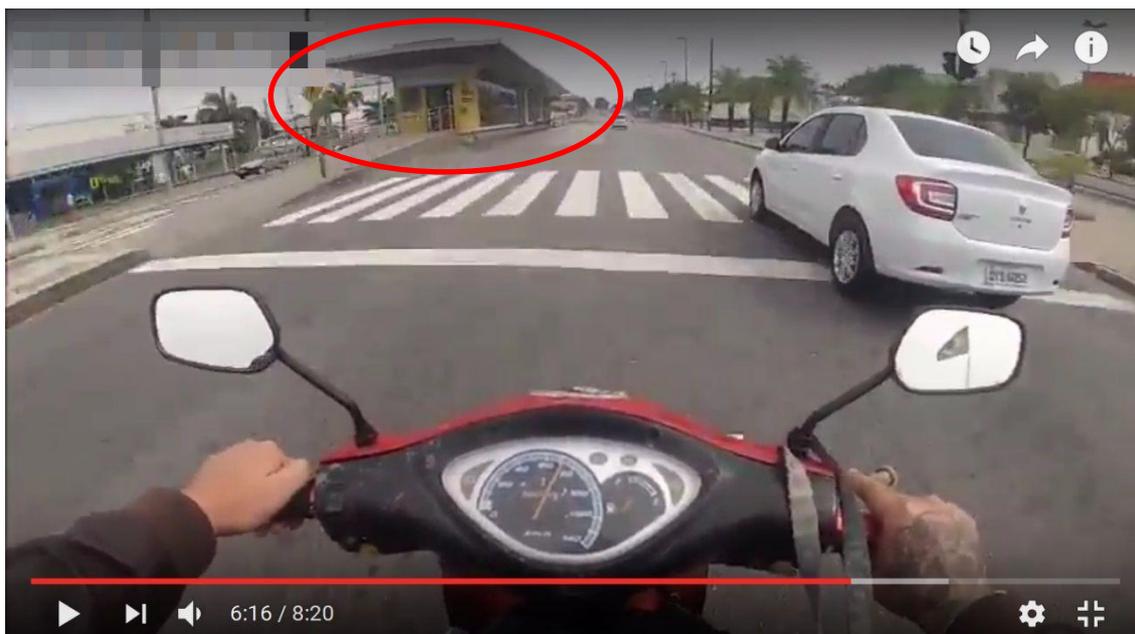


Figura 30. Estação de Ônibus interurbano - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Ainda nessa observação da mobilidade rodoviária, é relevante apontar obras recentes de mobilidade urbana, como a Via Mangue, que conta com Ponte Estaiada e liga áreas importantes comerciais (Shopping Riomar – Vídeo 17) e residenciais da cidade do Recife. Para além disso, existe nas representações paisagísticas a presença de placas de sinalização de trânsito urbano (Vídeos 01, 02, 03, 07 e 15), semáforos inteligentes (Vídeo 02), além de lombadas físicas e eletrônicas para redução de velocidade. Observa-se o registro de faixas de pedestre e algumas áreas públicas para de estacionamento de veículo em locais de caráter turístico como o Recife Antigo (Vídeo 01), a orla da praia de Boa Viagem (Vídeo 03), além do Centro Histórico de Olinda (destaque para o Alto da Sé – Vídeo 06).

Apesar disso, não se pode garantir aqui que o trânsito no perímetro urbano da cidade de Recife é fluido e devidamente ordenado em sua completude. Isto porque alguns vídeos apontaram claramente deficiência na gestão da mobilidade na cidade para turistas e residentes. Exemplos disso são as via expressa bastante esburacada (Vídeo 02/Figura 30) e sem acostamento; trânsito lento em trechos importantes como a Av. Engenheiro José Estelita

(Ilha de São José, no fim de tarde, em horário de pico – Vídeo 07), Avenida Praia de Boa Viagem (Vídeo 14), e alguns túneis da cidade (Vídeo 17/Figura 31). Para além, percebe-se carros estacionados desordenadamente nas ruelas do Centro Histórico de Olinda (Vídeo 03 e 06) e alerta de turista quanto à segurança no estacionar (risco de roubo ou assalto), “tomando cuidado onde você deixa seu carro” (Vídeo 11) no Centro Histórico do Recife Antigo– seja ele particular ou alugado.

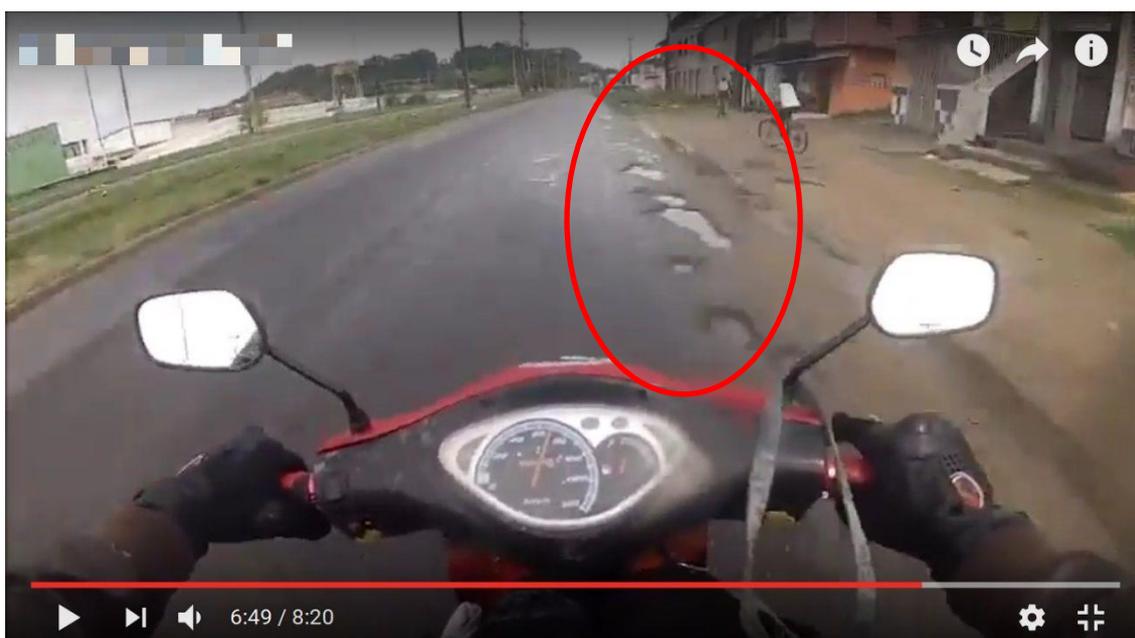


Figura 31. Via esburacada e sem acostamento- Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

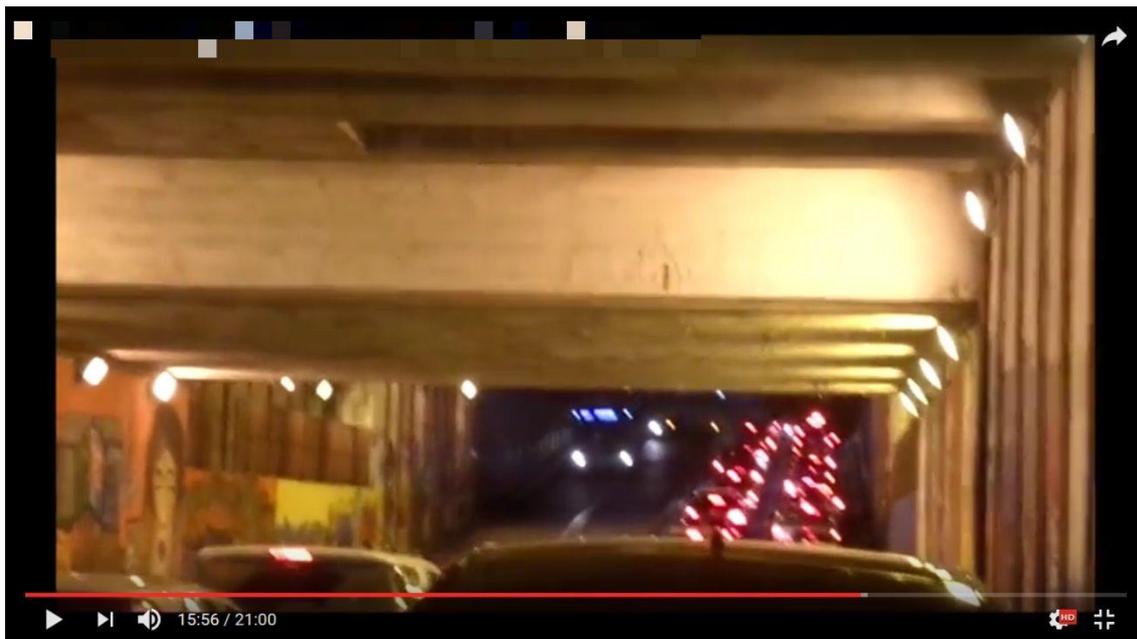


Figura 32. Congestionamento noturno em saída de túneis de Recife - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Um dado importante que potencializa uma autonomia no deslocamento urbano e na saúde do transeunte (podendo ser turista ou residente), está na frequente aparição de calçadões que favorecem caminhadas e corridas. Além disso, observa-se ciclovias sinalizadas e ciclistas (em momento de lazer/saúde ou ainda outros tipos de deslocamento) na orla das praias de Boa Viagem e Olinda (Vídeo 03/Figura 32, 04, 06, 10, 15 e 17) e no centro histórico do Recife Antigo (Vídeos 01, 03, 08, 09). Essa última região também sofre reordenamento de trânsito aos domingos e feriados para a criação de ciclofaixas onde as pessoas podem deslocar-se ou simplesmente contemplar parte da cidade sob-rodas (destaca-se serviço de locação de bicicletas – Vídeo 08/Figura 33).

Essas obras e projetos permitem refletir sobre o ordenamento das estruturas para atender o turismo, que, segundo Rabahy (2003), deve normalmente atender às demandas residentes e por consequência – em específicos casos – à demanda turística. Público esse que acaba sendo beneficiado direta ou indiretamente por ações que contribuem para a qualidade

de vida dos residentes – como são essas ciclovias e ciclofaixas em áreas estratégicas da cidade de Recife.

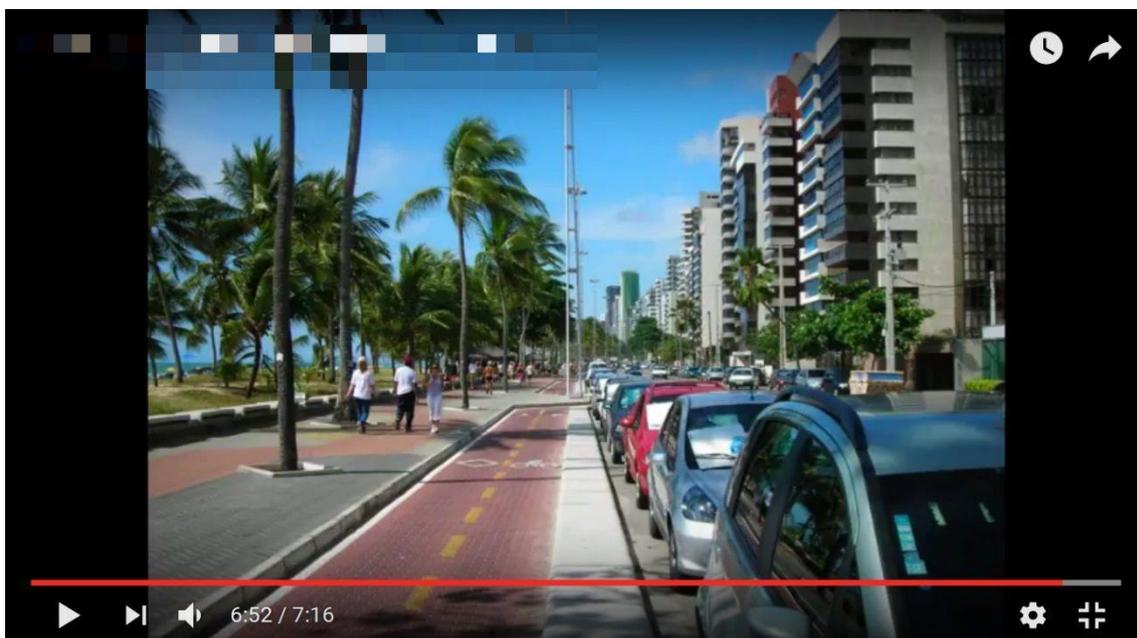


Figura 33. Ciclovias na orla da Praia de Boa Viagem - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

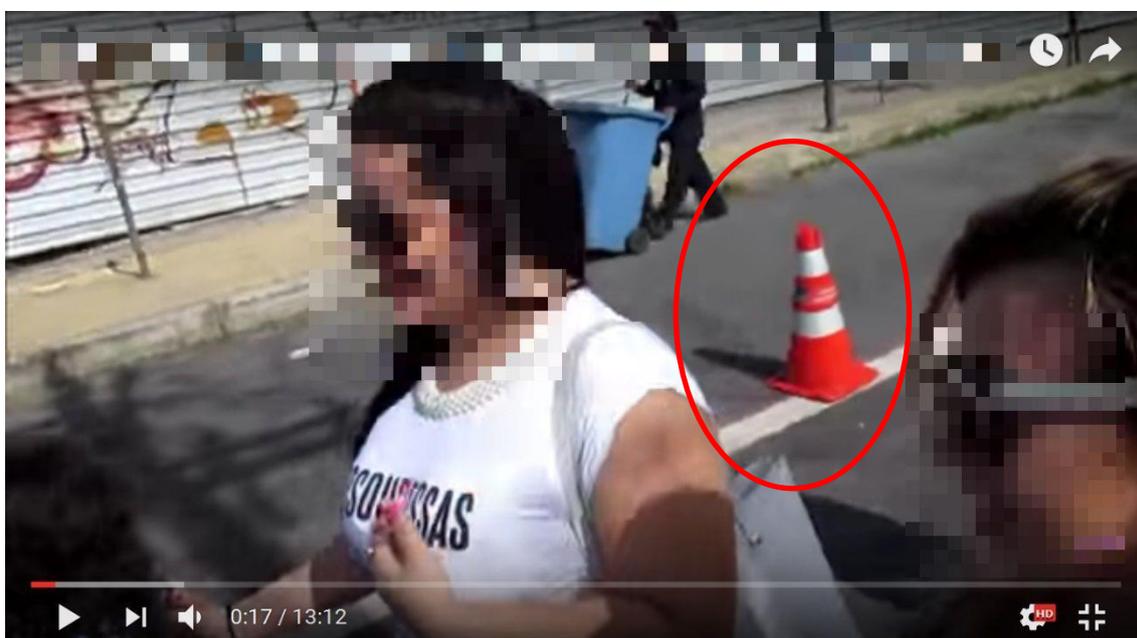
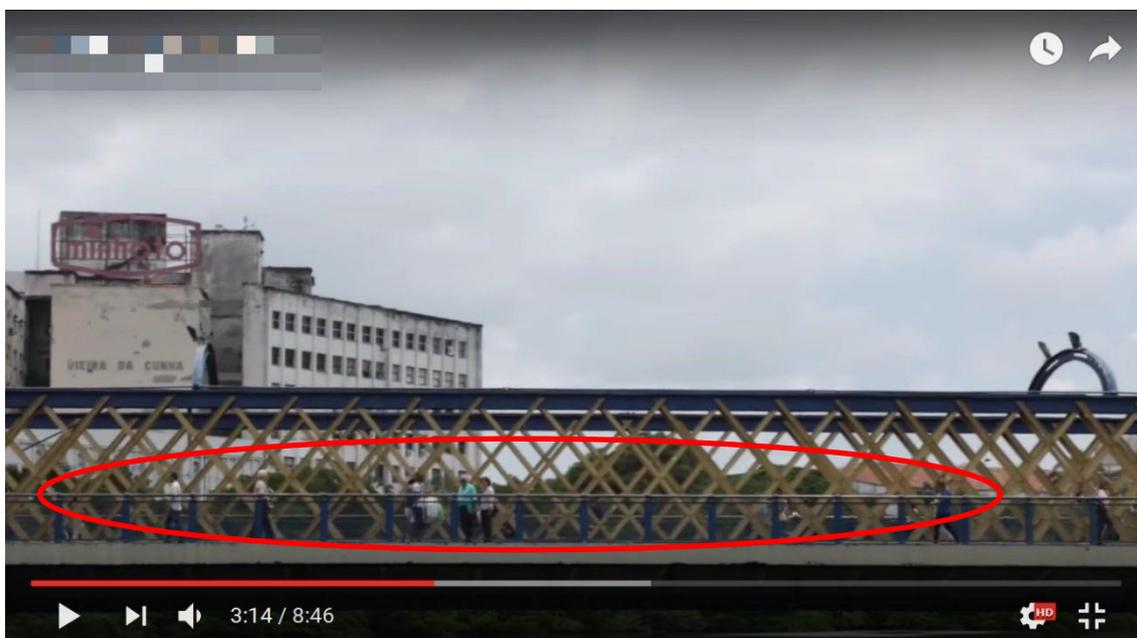


Figura 34. Interdição de avenida no Recife Antigo para implantação de ciclofaixas - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Os trajetos dessas ciclovias e ciclofaixas exigem passagem pelas pontes que integram mais precisamente a região antiga da cidade de Recife. Cidade essa conhecida por ser

rodeada de braços de rios, mangues e ilhas. Tal característica exigiu ao longo da história da capital pernambucana a construção de pontes – essas agora centenárias ou modernas – que também são registradas em representações turísticas.

Tais paisagens (Vídeos 08, 11 e 15/Figura 34) revelam os usos das pontes para escoamento e melhor fluidez do trânsito de ônibus, carros, motocicletas, bicicletas, mas também de pedestres que passam indo a destinos diversos ou simplesmente buscando contemplar o cenário (“– *Pra chegar lá, pra quem sai da praia de Boa Viagem, por exemplo, você passa por uma ponte que é bonita e tudo mais. Então você já tem uma primeira paisagem bacana*” (Vídeo 11) [Arquivo de vídeo], de <http://www.youtube.com>).



*Figura 35. Pedestres circula pela Ponte D. Pedro II - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*

Nos vídeos selecionados as paisagens que envolvem pontes são normalmente registradas em passeios turísticos de catamarã ou em pequenas embarcações pelos rios Capibaribe e Beberibe (Vídeos 03, 08, 12, 13 e 15/Figura 35). Esses passeios também evidenciam a condição da cidade para a modalidade hidroviária associada à pesca, com

aparição de pequenas e médias embarcações rudimentares a remo ou motor e grandes navios no Porto de Recife (Vídeos 08, 13 e 15).

Ainda evidencia-se na paisagem ribeira do centro de Recife a presença de veleiros ancorados (Vídeo 08), e de barcos a motor (Vídeo 06/Figura 36) em Olinda, o que aponta para a prática residente e turística de passeios nesse tipo de embarcação. Apesar de toda essa condição, não foi observado o uso de qualquer embarcação para deslocamentos urbanos não turísticos (senão para pesca).



*Figura 36. Pequenas embarcações a remo no Rio Beberibe - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*

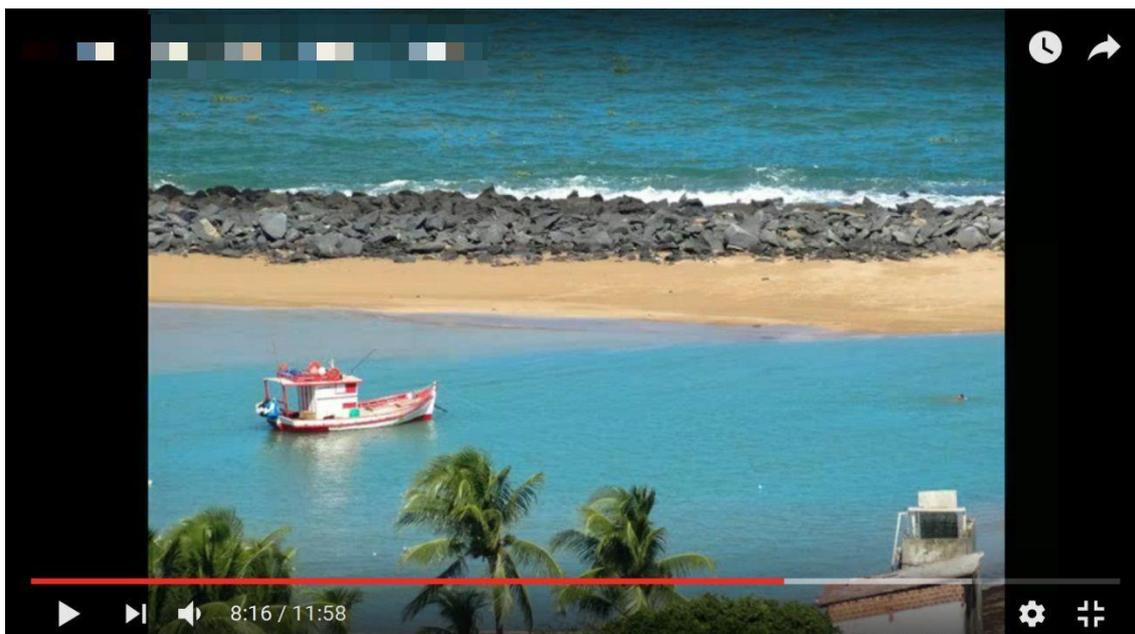


Figura 37. Embarcações motorizadas de pesca na orla de Olinda - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de <http://www.youtube.com>

Como portão de entrada no espaço urbano (mas que muito dialoga com a experiência turística – acesso usado pela maioria dos turistas analisados), aponta-se o sistema aéreo com aparições recorrentes do Aeroporto Internacional do Recife/ Guararapes Gilberto Freyre, localizado no Bairro de Imbiribeira (Vídeos 07, 10, 13, 14, 15). Nessa representação, observa-se um terminal aéreo moderno, padronizado e com sinalização interna bilíngue (Figura 37).



*Figura 38. Sinalização interna do Aeroporto de Recife - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*

Destaca-se que todos os momentos em que surge ou se comenta sobre o aeroporto (vídeos 07, 10, 14 e 15), os horários de voo são durante a noite ou madrugada, o que denota possibilidade de tarifas mais baratas, além da eminente necessidade de uso do serviço de táxi, receptivo ou locação de veículo (Vídeo 13). Isso para permitir deslocamento até o local de hospedagem – tendo em vista que o uso de ônibus interurbano ou serviço metroviário durante a madrugada é ineficiente (motivos de segurança e escala que podem ser encarados como aspectos negativos da mobilidade urbana recifense).

Quanto ao sistema ferroviário, enfatiza-se que é oferecido na cidade e que possui estação interligada com o aeroporto (única do Nordeste), mas que não foi evidenciado em nenhum registro. Isso pode apontar para seu não uso e/ou desconhecimento de existência (não compõe a imaginação geográfica) por parte do visitante desse que é um modelo importante de intermodalidade (Palhares, 2002).

Esse mesmo sistema de metrô também está interligado ao Terminal Integrado de Passageiros [TIP] (Rodoviária de Recife – Bairro de Várzea), local de acesso ao sistema de

transporte interestadual e intermunicipal. Este terminal também foi evidenciado como possibilidade de acesso à cidade de Recife, com a chegada de turista (Vídeo 05 – Figura 38) que veio do interior do estado, mas que também não utilizou o sistema ferroviário.

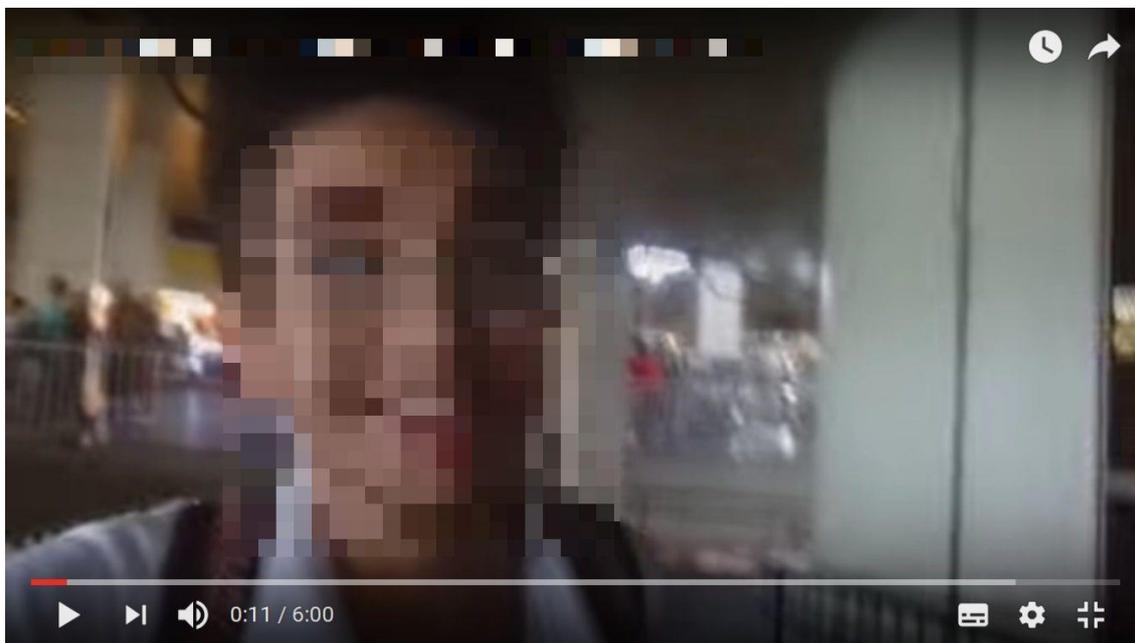


Figura 39. Interior da Rodoviária de Recife- Vídeo 05 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Em síntese, antes mesmo de avançar na apreciação da Mobilidade do Transporte Turístico, acredita-se que o visitante que chega à cidade de Recife tem perceptível autonomia e certo acesso à malha de transporte interurbano. Ou seja, se beneficia de alguma maneira das obras e sistemas ordenados de mobilidade (avenidas, pontes, sinalização de trânsito, áreas de estacionamento, calçadões, estações e pontos de ônibus) que são destinadas a quem mora na cidade, sendo uma importante representação da integração do turista com elementos do urbano.

Seguindo na análise, o trabalho agora ressalta a *Mobilidade de Transporte Turístico*, que aqui é considerada fundamental e complementar à mobilidade urbana e favorece a experiência turística cidadina, principalmente quando é integrada ao destino e se mostra de

maneira diversa e acessível aos variados tipos de turista (os registros selecionados apontam turistas singles, casais, grupo de amigos, famílias e excursões). Algumas maneiras de deslocamento eminentemente turísticas são representadas nas viagens a Recife, sendo percebidas aqui duas submatérias: meios de deslocamento até o atrativo/destino turístico e deslocamento como atrativo turístico.

Ao elencar as maneiras de deslocamento até o destino, que usam a mesma infraestrutura de mobilidade do transporte urbano apresentado anteriormente, diversos foram os vídeos que apontaram o uso de veículos (carros – Vídeos 13, 15, 17; e moto – Vídeo 02 – longos deslocamentos) próprios, mas também de residentes. Pessoas que, na condição de anfitriões dos turistas (amigos ou parentes), conduziam seus convidados a atrativos dentro da cidade (Figura 40).

Os destinos por eles contemplados foram: Centro Histórico do Recife Antigo, praia de Boa Viagem, Aeroporto (Vídeos 14 e 15). Percebeu-se ainda condução a destinos costeiros secundários fora do município (Mapa 01/ Figura 39), mas que fazem parte da região metropolitana²⁶ de Recife, apesar de não serem limítrofes da cidade, como:

- Litoral Norte: Ilha de Itamaracá (Praia do Forte Orange);
- Litoral Sul: Cabo de Santo Agostinho (Praia de Calhetas), Tamandaré (Praia dos Carneiros), e Ipojuca (Praia de Porto de Galinhas), ao sul da capital.

²⁶ “Aglomeração urbana que configure uma metrópole” (inciso VII, art. 2º do Estatuto das Metrôpoles), sendo metrópole “espaço urbano com continuidade territorial que, em razão de sua população e relevância política e socioeconômica, tem influência nacional ou sobre uma região que configure, no mínimo, a área de influência de uma capital regional” (Observatório das Metrôpoles, 2015, n.p.).

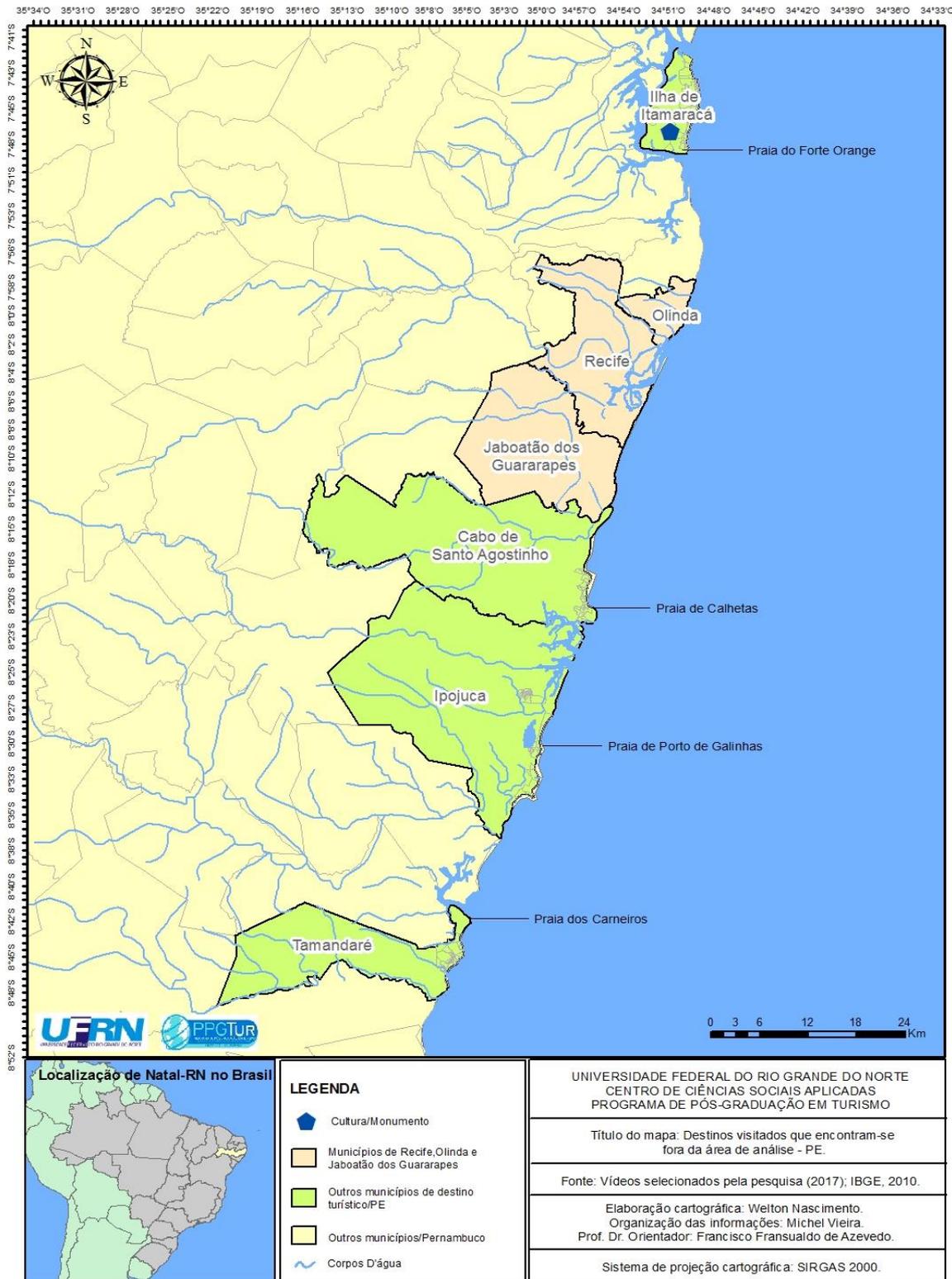
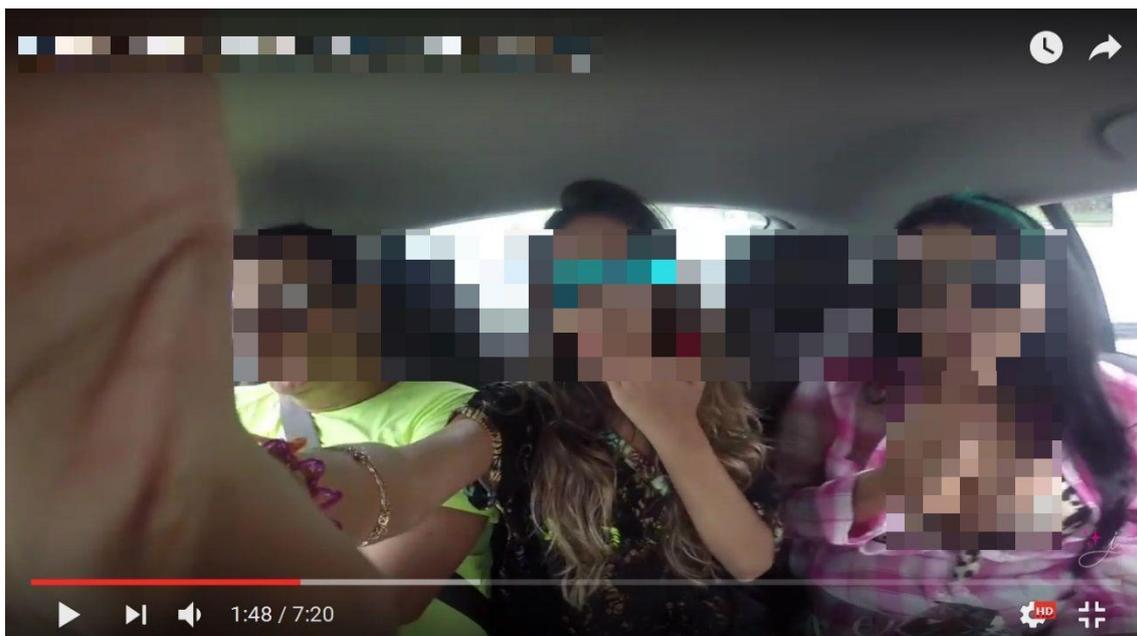


Figura 40. Nascimento, Vieira e Azevedo (2017). Destinos visitados que se encontram fora da área de análise – PE [Mapa] .



*Figura 41. Turistas sendo conduzidos por anfitriões - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*

Ainda referindo-se aos meios de deslocamento até o atrativo, aponta-se agora a locação de veículos para autonomamente explorar a cidade do Recife além de outros destinos do estado, como já citados – mas também destinos de estados vizinhos, como: João Pessoa-PB (Vídeo 10); Fortaleza, Canoa Quebrada, Morro Branco-CE e Maragogi-AL (Vídeo 09).

Além do exposto, o serviço de táxi também é frisado nos registros de viagem, seja através do seu uso por turistas no traslado aeroporto-meio de hospedagem (Vídeo 07), seja em deslocamentos entre meios de hospedagem-atrativos, ou atrativos-atrativos. Diversos são também os registros de táxis circulando pela cidade (vídeo 01 e 02, por exemplo), como também a presença de praça de táxi em áreas turísticas, como foi o caso do Recife Antigo (Paço Alfândega – Vídeo 01) e Centro Histórico de Olinda (Praça João Alfredo – Vídeo 07/Figura 41).

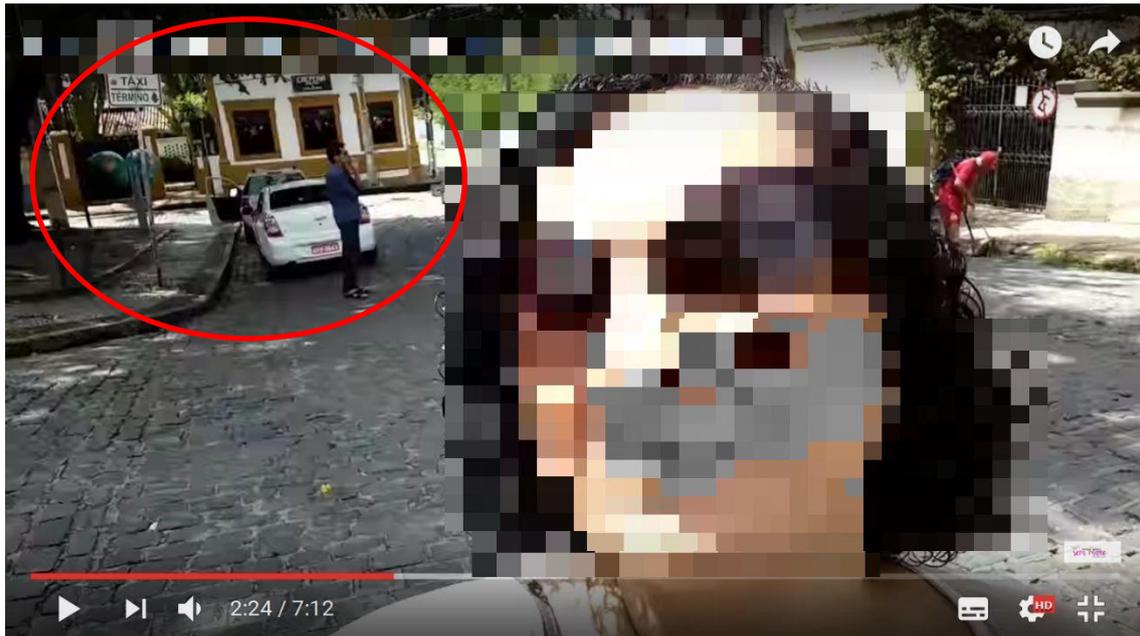


Figura 42. Praça de táxi - Vídeo 07 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Outra forma de deslocamento observada é a de emprego de ônibus e vans (Figura 42) fretados para uso turístico (grandes e pequenos grupos), como apontado em vídeos que tinham como cenário as ruelas históricas de Olinda (Vídeos 06 e 07) e Recife Antigo, além da Avenida Boa Viagem (Vídeo 03 e 08 – contando inclusive com placa de estacionamento exclusivo para veículo turístico na orla).

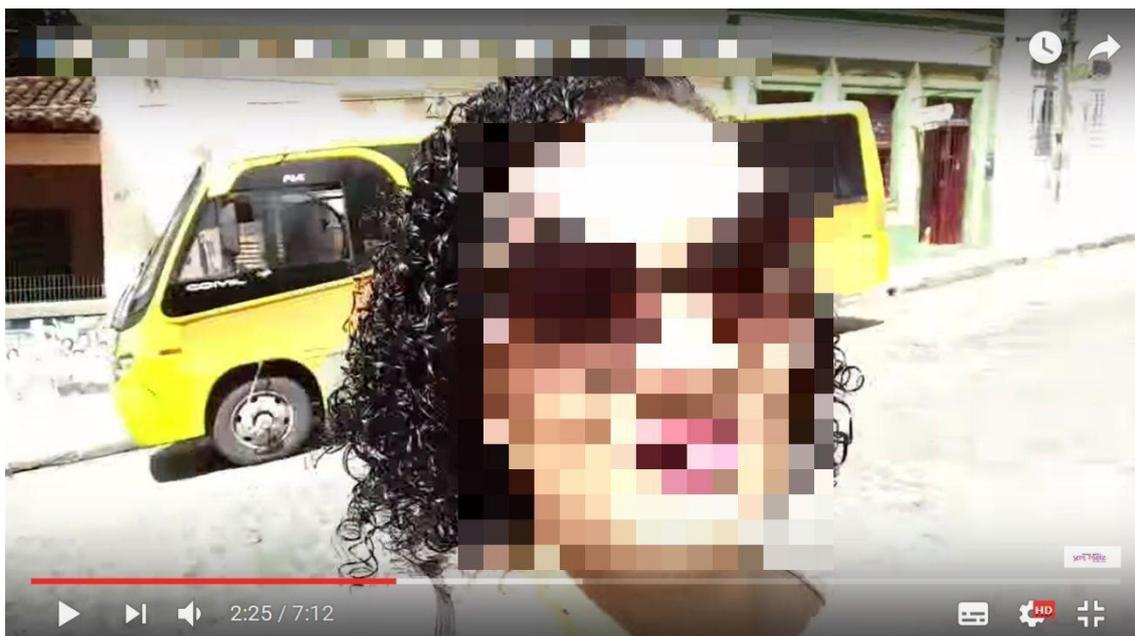


Figura 43. Micro-ônibus turístico- Vídeo 07[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Com relação ao efetivo uso de transporte turístico fretado, o único registro que apresenta o serviço em van de agência de receptivo é o vídeo 04. Isso acontece quando o agente/guia de turismo realiza o guiamento de grupo familiar de turistas pelo centro histórico de Recife (Recife Antigo), além de visita à praia de Boa Viagem, e percurso até a Ilha de Itamaracá, que está a cerca de 46 km de distância da capital.

Em um misto de deslocamento até o atrativo turístico e deslocamento como atrativo turístico, observa-se aqui as caminhadas pelos calçadões em áreas turísticas de cidades que sofreram conurbação com Recife (e são limítrofes). Exemplo disso ocorreu na orla da Praia de Piedade (Jaboatão dos Guararapes – Vídeo 10), quando a turista sai em busca de hotel onde estão hospedados outros parentes que vieram na mesma viagem, e na contemplação da paisagem através da caminhada no calçadão das Praias de Olinda (Município de Olinda – Vídeos 04 e 10).

O mesmo também acontece dentro da cidade, no extenso calçadão de Boa Viagem (Vídeos 03/ Figura 43, 06, 10, 12 e 16), além de passeio no Centro Histórico do Recife

Antigo. Local onde é possível caminhar em calçadão beira-rio, passear pelo píer de frente aos antigos armazéns revitalizados, e andar pelas ruas adjacentes ao Marco Zero da cidade. Ruas essas que são interditadas para veículos motorizados em domingos e feriados (Vídeos 01, 06, 10, 12 e 16).

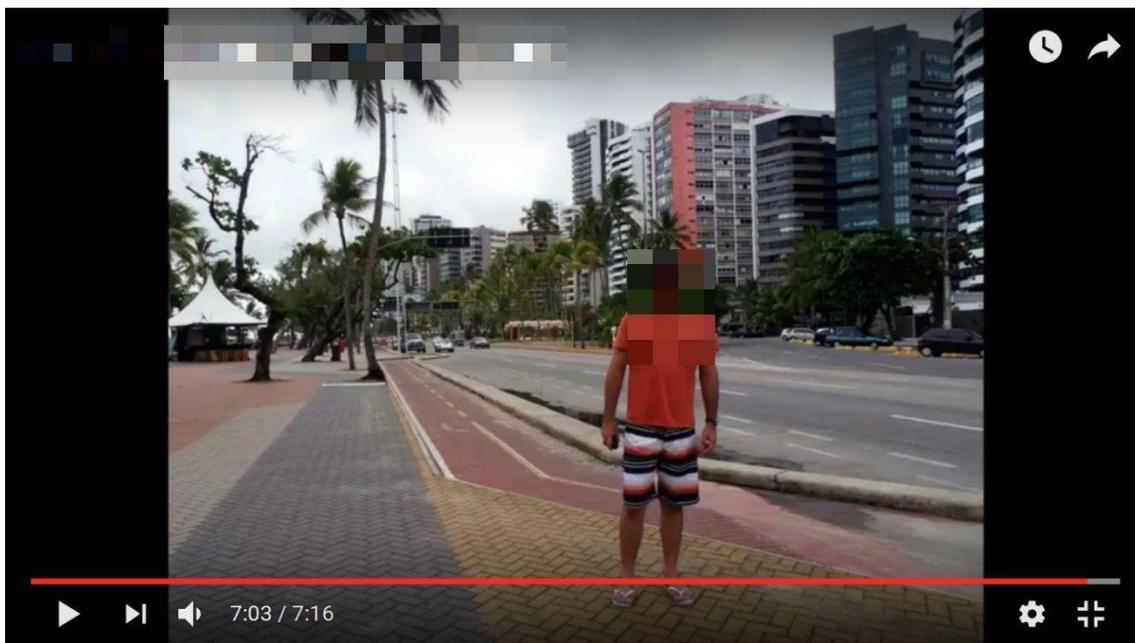


Figura 44. Passeio pelo calçadão da orla da praia de Boa Viagem - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Outro passeio, agora mais curto e rudimentar em alguns casos (pequenos barcos antigos/Figura 44), acontece no trajeto saindo da praça do Marco Zero (que possui uma espécie de píer para pequenas e médias embarcações). O destino desse passeio é o Parque das Esculturas Francisco Brennand, que fica sobre um arrecife e possui esculturas diversas do artista que dá nome ao espaço, local conhecido por ser uma espécie de galeria de arte a céu aberto (Vídeos 12 e 13).



*Figura 45. Passeio em barco a remo próximo ao Marco Zero - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*

Por fim, o trabalho retrata a sinalização de trânsito e turística (identificação de atrativos e indicativos de sentido), aquela que tem como foco direcionar o tráfego turístico e os deslocamentos para atrativos da região. Quanto a isso, diversos foram os vídeos que evidenciaram tais placas (Vídeos 03/Figura 45 e 46, 06, 07, 10 e 15), principalmente aqueles que registram o centro histórico do Recife Antigo, Olinda e orla de Boa Viagem.

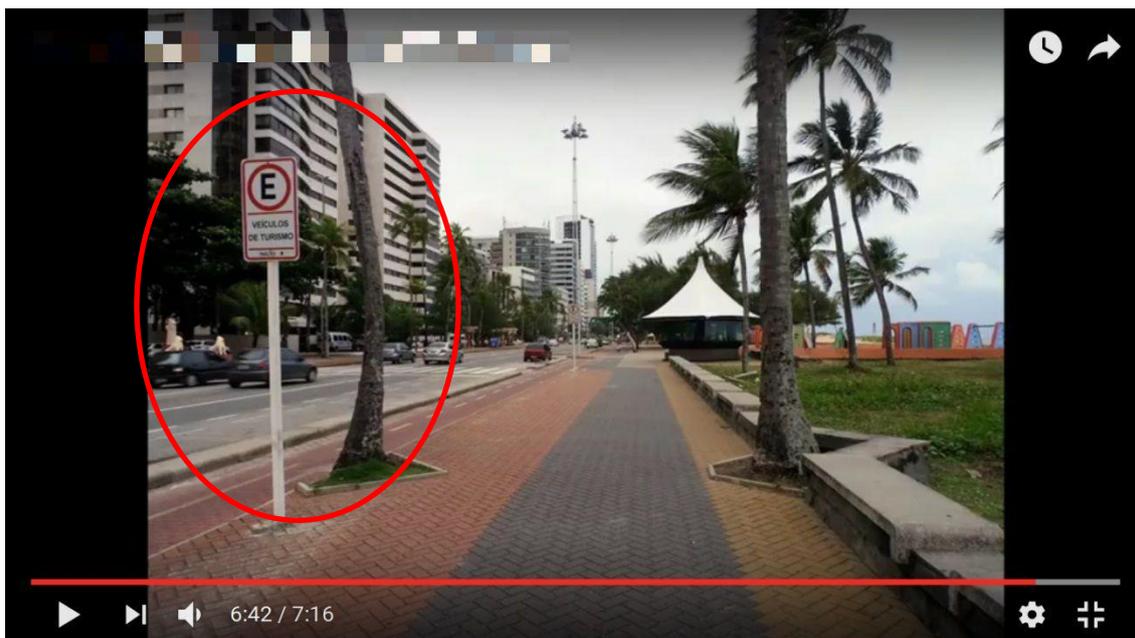


Figura 46. Estacionamento exclusivo para veículos turísticos – orla de Boa Viagem - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>



Figura 47. Sinalização Turística - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Algo necessário de frisar que nas duas formas de mobilidade (turística e urbana) puderam ser observados turistas se utilizando de transporte de interesse urbano (exemplo, Vídeo 05), e na mesma medida, residentes se apropriando de mobilidade normalmente

turística – dentro das embarcações realizavam os passeios junto aos visitantes (crianças realizando aula de campo em Vídeo 15, residentes acompanhando turistas nos vídeos 08 e 12). Essa constatação colabora com a defesa de que Recife (mesmo desigual e periférica na perspectiva cotidiana) permite em certa escala integração do turista com a cidade-cenário. Para além do aspecto integrador, mostra a oferta de atrativo turístico provocando interesse e captação também do público residente – ou seja, tal espaço se mostra cidadão e turístico na mesma medida. Aspecto esse importante para evitar segregações (Azevedo et al., 2013a) e temática que será ainda trabalhada na próxima análise.

B) Espaços de Lazer para Residente [PUC-C] = Atrativos Turísticos Visitados e Equipamentos Específicos do Turismo [APPT]

Esta etapa da análise busca compreender em que medida os espaços de lazer para residentes são utilizados pelo público turístico, como também quais os equipamentos privados de uso especificamente turísticos que podem também ser utilizados pela demanda residente. Partindo desse interesse, a análise de índices avança na hipótese de que os espaços dos dois grupos de certa maneira se assemelham, e isso pode ser observado inicialmente na paisagem representada como *Espaços de Lazer para Residente [PUC-C]*, a seguir.

Os vídeos selecionados, de alguma forma, seguem igualmente alguns caminhos – o que dá peso ao conceito de imaginação geográfica e coletiva, sendo recorrente a visita a espaços como: Centro Histórico de Recife Antigo, Centro Histórico de Olinda e orla da Praia de Boa Viagem. Ao visitarem tais espaços, os turistas acabam por registrar na paisagem também a presença massiva de residentes em seu momento de lazer, de maneira espontânea e gratuita, na maioria dos casos – por se tratar de espaços gerenciados ou apoiados pelo poder público.

No que se refere ao centro histórico de Recife Antigo e entorno (Vídeos 01, 03, 04, 06, 08, 10, 11, 12, 13, 15), diversas são as representações de espaços públicos de lazer

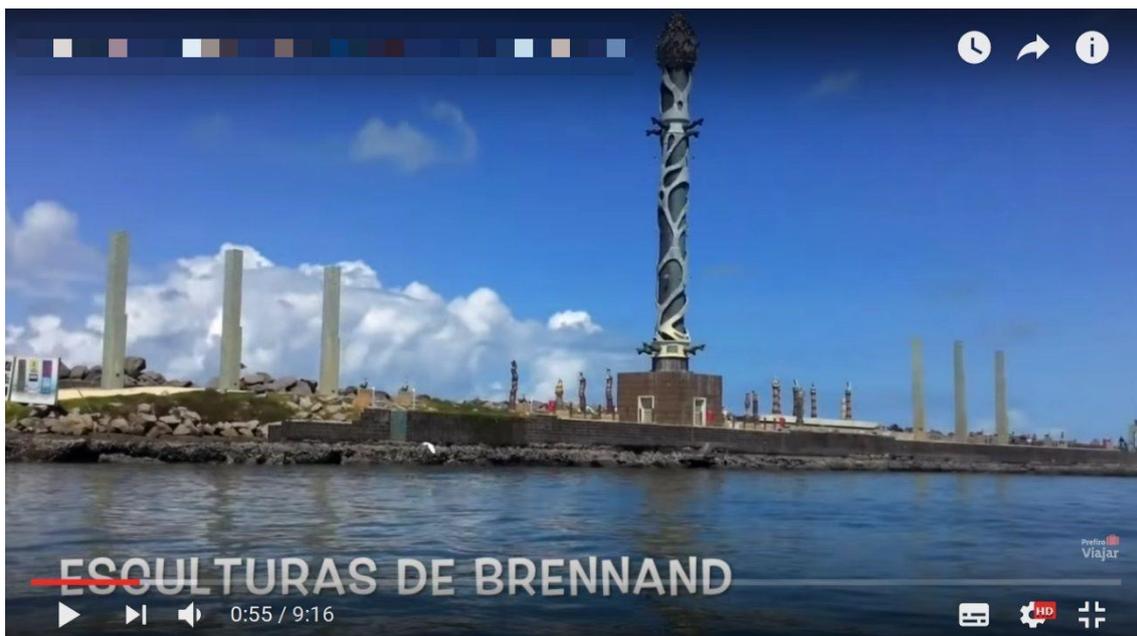
citadino (turistas visitando ou apenas contemplando fachada direta ou indiretamente).

Revelam-se a céu aberto:

- Praça do Marco Zero (Figura 47)
- Parque das Esculturas Francisco Brennand (Figura 48)
- Praça do Arsenal
- Cais do Porto (com oferta de bares em Armazéns do Porto)
- Rua dos Judeus
- Calçadão do Cais da Alfândega
- Pontes Históricas (Maurício de Nassau, Buarque de Macedo, Princesa Isabel, Duarte Coelho e Giratória) – que estão sob os rios Capibaribe e Beberibe
- Rua da Aurora (Museu da Figura e do Som de Pernambuco)
- Praça da República
- Avenida Engenheiro José Estelita (quando interditada para ciclismo e caminhada)
- Cais de Santa Rita



Figura 48. Praça do Marco Zero no Recife Antigo - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>



*Figura 49. Parque das Esculturas Francisco Brennand - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*

Os espaços edificados (prédios nem sempre com entrada franca e em alguns casos tendo outros propósitos – que não de visitação) que aparecem direta e indiretamente nos vídeos:

- Centro de Artesanato de Pernambuco (Figura 49)
- Caixa Cultural Recife (Figura 50)
- Torre Malacof
- Cais do Sertão
- Paço do Frevo
- Embaixada dos Bonecos Gigantes
- Farol de Recife (Farol da Barra)
- Museu de História Natural Louis Jacques Brunet
- Centro Cultural Judaico de Pernambuco
- Consulado Pernambucano
- Teatro Santa Isabel

- Palácio do Campo das Princesas
- Casa da Cultura (Figura 51)
- Cinema São Luiz
- Assembleia Legislativa de Pernambuco
- Estátua do Poeta Ascenso Ferreira e do Jornalista Antônio Maria
- Busto do Barão do Rio Branco

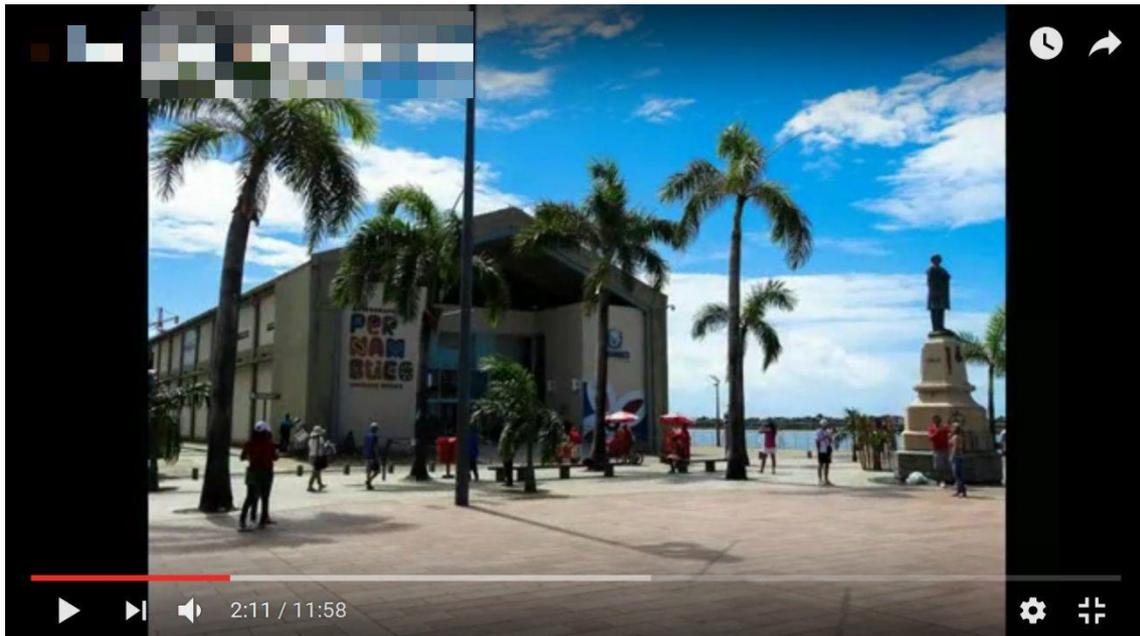


Figura 50. Centro de Artesanato de Pernambuco - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de <http://www.youtube.com>



Figura 51. Caixa Cultural Recife - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

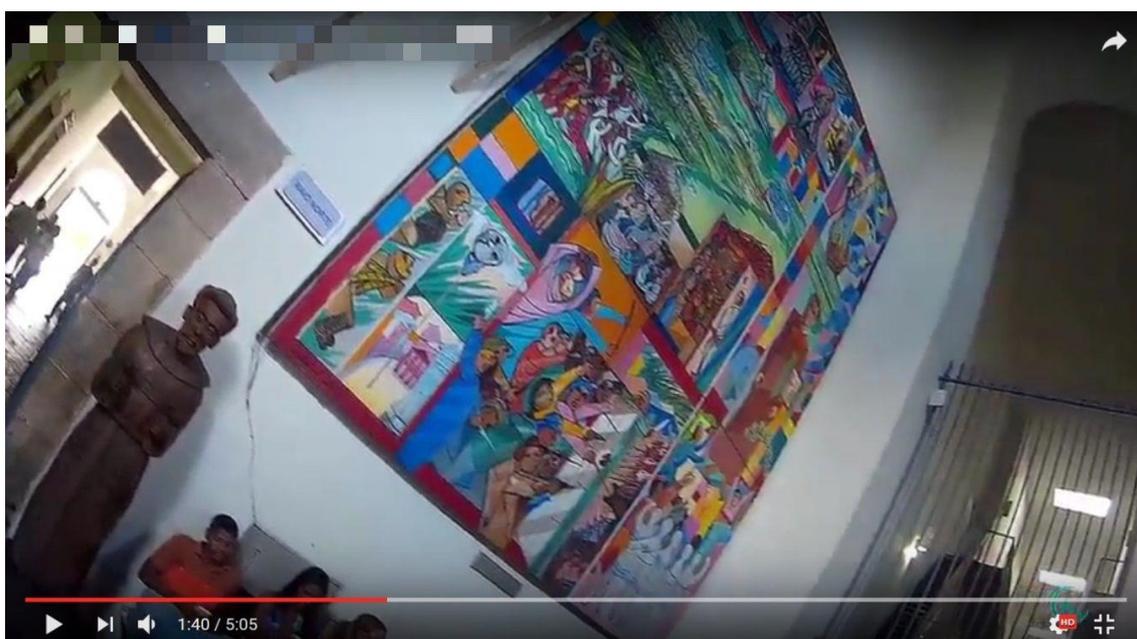


Figura 52. Casa da Cultura - Vídeo 16 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Quando se refere à extensa orla da Praia de Boa Viagem e seus espaços para residentes e públicos de lazer (Vídeos 03, 04, 06, 10, 11, 12, 15, 16 e 17), enfatizam-se aparições de:

- Faixa de areia (Figura 52)
- Calçadão da Praia
- Ciclovía
- Playground e academia a céu aberto
- Segundo Jardim (praça com letreiro de “Recife” e playground)
- Parque Dona Lindu
- Teatro Luiz Mendonça
- Feirinha de Boa Viagem
- Igreja de Nossa Senhora de Boa Viagem



*Figura 53. Faixa de areia da Praia de Boa Viagem - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*

No tocante ao Centro Histórico de Olinda (Vídeos 03, 04, 06, 07, 09, 12, 13, 15 e 16), os locais públicos representados ao ar livre para lazer foram:

- Alto da Sé (Mercado de Artesanato da Sé – Figura 53)
- Ladeira da Misericórdia (Figura 54)
- Praça João Alfredo

- Ruas de Olinda (Quatro Cantos)
- Praça do Carmo
- Praça/Mirante da Rua Saldanha Marinho
- Praça do Observatório de Olinda
- Praça Monsenhor Fabrício
- Praça da Abolição

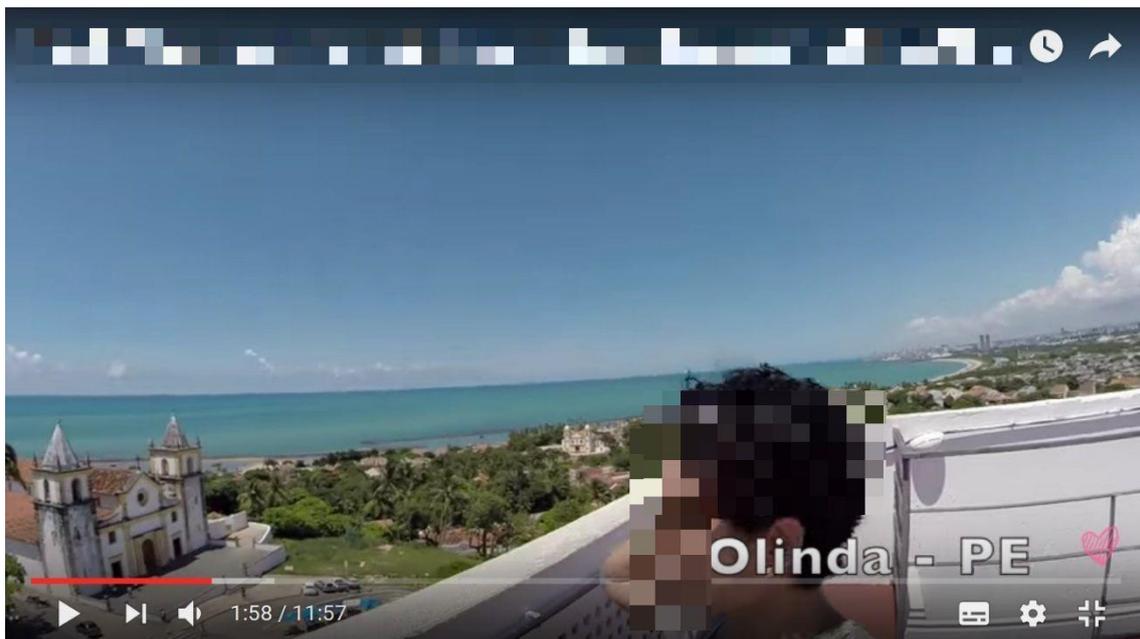


Figura 54. Panorama do Alto da Sé - Vídeo 09 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 55. Ladeira da Misericórdia - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Já os espaços edificados (construções nem sempre com entrada franca) são:

- Catedral da Sé
- Mosteiro de São Bento (Figura55)
- Igreja do Carmo (Figura 56)
- Igreja de São Pedro Apóstolo
- Igreja da Misericórdia
- Igreja de São Francisco
- Observatório de Olinda
- MAC – Museu de Arte Contemporânea de Pernambuco;
- Museu do Mamulengo
- Museu de Arte Sacra de Pernambuco
- Cobertura do Prédio da Caixa D'água de Olinda
- Busto do Monsenhor Fabrício



Figura 56. Mosteiro de São Bento - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de <http://www.youtube.com>



Figura 57. Igreja do Carmo - Vídeo 03 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Para além dos espaços anteriormente apresentados, normalmente centralizados em Olinda, Recife Antigo e Boa Viagem, outros com interesse e circulação de residentes foram apresentados, como:

- Calçadão e faixa de areia da Praia de Piedade (Piedade – Jaboatão dos Guararapes – Vídeos 10/Figuras 11 e 57)
- Calçadão e faixa de areia da orla de Olinda (que é um tanto afastado do centro histórico – Vídeos 04, 07, 10, 11 e 16/Figura 58)
- Centro de Convenções de Pernambuco (Salgadinho – Olinda – Vídeo 07)



*Figura 58. Praia de Piedade/Jaboatão dos Guararapes - Vídeo 10 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*

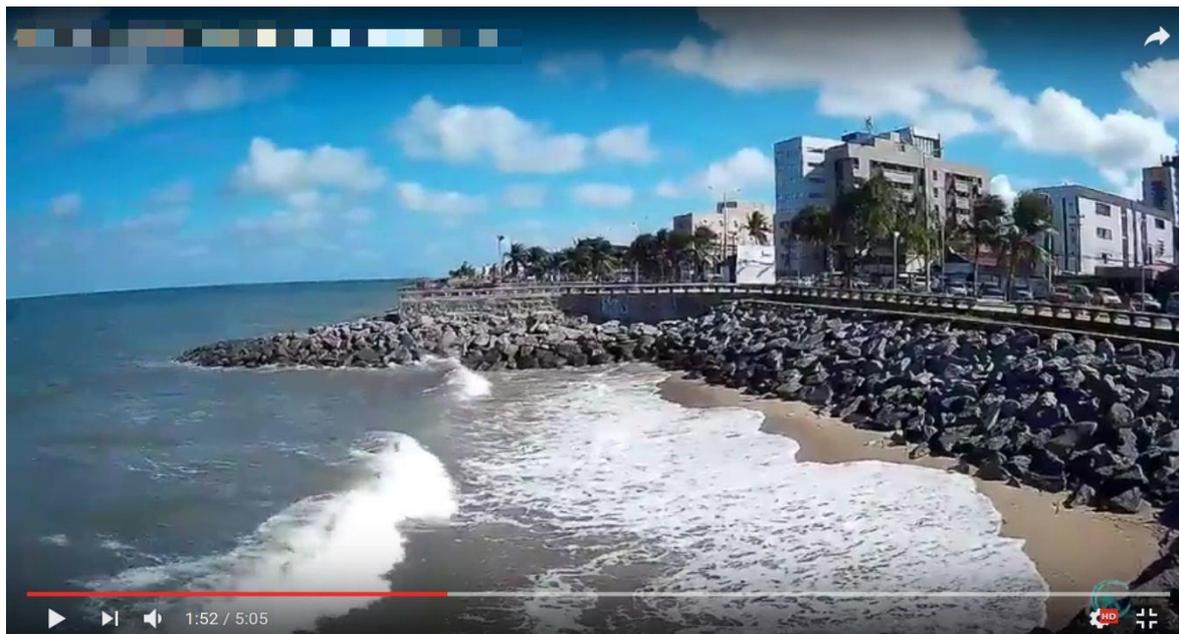


Figura 59. Praia e calçada em Olinda -Vídeo 16 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>.

Esses espaços, obviamente, foram elencados a partir de suas aparições nos vídeos turísticos, sendo observada em muitos casos a presença clara de residentes ocupando-os. Para além disso, no tocante àqueles espaços em que não foi possível perceber no registro fílmico a clara presença do morador, teve-se o cuidado de investigar a função pública e as formas de acesso a esses espaços.

Percebeu-se então que todos os listados anteriormente são geridos, quando não, apoiados pela administração pública (municipal, estadual ou federal) e são alvo de programação de parte dos residentes. Alguns desses espaços permitem acesso gratuito, outros oferecem gratuidade para estudantes, professores, idosos ou ainda dispõe de taxas barateadas em dias específicos, denotando um aspecto importante da qualidade de vida de uma cidade (Harvey, 2013).

Ainda no claro campo da observação dessa cidade-cenário, compreende-se que da mesma maneira que esses espaços se consolidam como áreas públicas ofertadas para o lazer

citadino, eles coexistem também como Atrativos Turísticos Visitados. Juntos eles formam imaginação geográfica semelhante sobre essa ótica da cidade.

Destaca-se que a maioria dos atrativos turísticos representados na paisagem (Besse, 2014) extraída dos vídeos selecionados está vinculada direta ou indiretamente à gestão pública. Mas alguns estão vinculados à gestão privada, sendo eles normalmente espaços ligados a acervos particulares, passeios náuticos, parques de diversão, locais de compra (a exemplo de shopping e lojas de artesanato) e clubes, tendo como exemplo:

- Instituto Ricardo Brennand (Bairro de Várzea – Recife – Vídeo 12 – Figura 59)
- Empresa Catamarã Tours – (Cais de Santa Rita – Recife – Vídeos 08 e 15)
- Parque de Diversão Mirabilândia (Salgadinho – Olinda – Vídeo 02/Figura 60)
- Shopping Center Paço Alfândega (Recife Antigo – Vídeo 01)
- Shopping Center RioMar (Pina – Recife – Vídeos 13 e 17/ Figura 61)
- Shopping Center Recife (Boa Viagem – Vídeo 15)
- Mercado de Artesanato Sylvania Pontual (Alto da Sé – Olinda – Vídeos 03, 07 e 14)
- Loja Artes do Imaginário Brasileiro (Alto da Sé – Olinda – Vídeos 03 e 06)
- Galeria de Artesanato São Salvador (Alto da Sé – Olinda – Vídeos 04, 06, 07 e 14)
- Sede do Grupo Recreativo Escola de Samba Preto Velho (Alto da Sé – Olinda – Vídeos 03, 06, 07, 13 e 14)
- Sport Club do Recife (Ilha do Retiro – Recife – Vídeo 17)



Figura 60. Instituto Brennand - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 61. Parque de Diversão - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>



Figura 62. Shopping RioMar - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Vale ainda ressaltar as experiências de viagem que frisam a cultura regional (material e imaterial) presente e diluída fortemente em todas as 15 viagens selecionadas. Experiências essas que em diversos momentos representam a paisagem nordestina e recifense através de elementos naturais como praias, rios, mangue e clima, mas também por meio de expressões culturais, como: culinária, ritmos musicais, danças, artefatos e eventos.

Tal aspecto é bastante positivo e de certa forma vai de encontro às inquietações de Chang (2000 citado em Crang, 2004), que trata da valorização da cultura local tradicional. Para além disso, reflete a inserção na dinâmica da cidade através do encontro sugerido por Krippendorf (2003) e resistência à pressão global de padronização comentada por Gallero (1996).

Entre os elementos culturais percebidos, remonta-se à representação e consolidação da imaginação geográfica e turística de Pernambuco através do registro de:

- Souvenirs com motivos de frevo (chaveiros, alicates, porta-níquel, sombrinhas)

- Estruturas de bonecos gigantes de personalidades regionais, nacionais e internacionais do campo das artes, comunicação, esporte e política (que saem às ruas durante os dias de carnaval)
- Máscaras de carnaval de Olinda
- Pinturas do Homem da Meia-Noite (referência a bloco carnavalesco)
- Peças diversas de cerâmica – decorativas ou utilitárias (destaque para a imagem de leão/arte de Tracunhaém-PE)
- Canções captadas do ambiente ou editadas que são tipicamente pernambucanas (frevos, marchas de carnaval, maracatu, ciranda, mangue beat, com intérpretes famosos, como: Luiz Gonzaga, Alceu Valença, Geraldo Azevedo, Otto, Chico Science e Nação Zumbi, Karina Burh, entre outros)
- Ensaios de Maracatu
- Religiosidade católica através de procissões
- Entalhes em madeira com motivos das ruelas da cidade histórica de Olinda (Figura 62)



Figura 63. Entalhe com motivos de Olinda - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Além de elementos culturais tipicamente pernambucanos, observou-se elementos que representam de maneira mais abrangente a Região Nordeste, embora não apenas esta, como:

- Gastronomia com insumos como: queijo de coalho, tapioca, carne de sol, bolo de rolo, cachaças, licores de frutas tropicais (Figura 63)
- Vestimentas e suvenires de cangaceiros
- Literatura de cordel
- Tapeçarias, redes, labirinto, rendas, moda praia
- Cerâmicas com motivos sertanejos, praieiros e sacros
- Entalhes diversos e telas modernas e clássicas de temática pernambucana ou nordestina
- Cardápios e livros irreverentes com “dialetos pernambucanos”

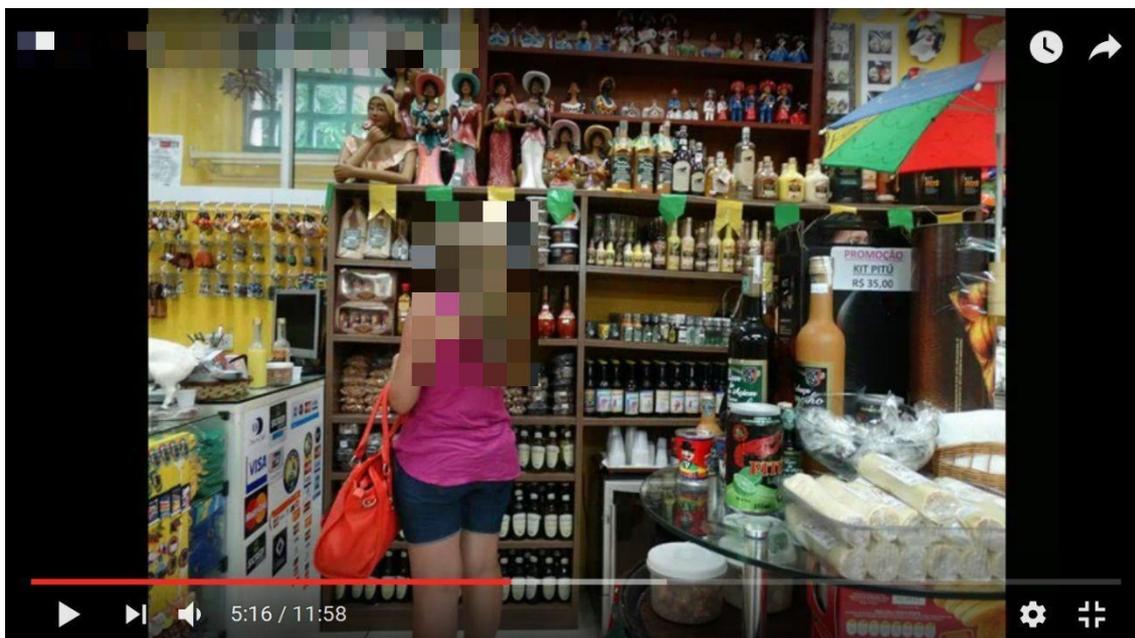


Figura 64. Loja de artesanato com artigos alimentícios típicos - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de <http://www.youtube.com>

Ao realizar essa apreciação, cria-se aqui uma listagem (Tabela 2) de atrativos naturais, artificiais e mistos expostos nos vídeos sobre a cidade. Atrativos que em sua maioria são

também espaços públicos de lazer dos residentes, permitindo em certa medida o encontro com o outro, com a diversidade, defendida por Figueiredo (2010):

ATRATIVOS NATURAIS	ATRATIVOS MISTOS (NATURAIS/ ARTIFICIAIS)	
<p><u>Boa Viagem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia <p><u>Jaboatão dos Guararapes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia da Praia de Piedade <p><u>Olinda:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia da orla de Olinda 	<p><u>Recife Antigo (e entorno):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Praça do Marco Zero ▪ Parque das Esculturas Francisco Brennand ▪ Armazém do Porto ▪ Calçadão do Cais da Alfândega ▪ Pontes históricas sobre os rios Capibaribe e Beberibe ▪ Rua da Aurora ▪ Cais de Santa Rita <p><u>Boa Viagem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da Praia ▪ Ciclovía 	<p><u>Jaboatão dos Guararapes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da Praia de Piedade <p><u>Olinda:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da praia de Olinda ▪ Praça/Mirante da Rua Saldanha Marinho ▪ Praça do Observatório de Olinda ▪ Observatório de Olinda ▪ Cobertura do Prédio da Caixa D'água
ATRATIVOS ARTIFICIAIS		
<p><u>Recife Antigo (e entorno):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Praça do Arsenal ▪ Rua dos Judeus ▪ Praça da República ▪ Avenida Engenheiro José Estelita (ciclismo e caminhada) ▪ Centro de Artesanato de Pernambuco ▪ Caixa Cultural Recife ▪ Torre Malacof ▪ Cais do Sertão ▪ Paço do Frevo ▪ Embaixada dos Bonecos Gigantes ▪ Farol do Recife ▪ Museu de História Natural Louis Jacques Brunet ▪ Museu da Figura e do Som de Pernambuco ▪ Centro Cultural Judaico de Pernambuco ▪ Consulado Pernambucano ▪ Teatro Santa Isabel ▪ Palácio do Campo das Princesas ▪ Casa da Cultura ▪ Cinema São Luiz ▪ Assembleia Legislativa de Pernambuco ▪ Empresa Catamarã Tours – (Cais de Santa Rita – Recife) ▪ Estátua do poeta Ascenso Ferreira ▪ Estátua do Jornalista Antônio Maria ▪ Busto do Barão do Rio Branco 	<p><u>Boa Viagem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Playgrounds ▪ Segundo Jardim (praça com letreiro de “Recife” e playground) ▪ Parque Dona Lindu ▪ Teatro Luiz Mendonça ▪ Shopping Center Recife ▪ Feirinha de Boa Viagem ▪ Igreja Nossa Senhora de Boa Viagem <p><u>Várzea:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Instituto Ricardo Brennand ▪ <u>Pina:</u> ▪ Shopping Center RioMar <p><u>Olinda:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto da Sé (Mercado de Artesanato da Sé) ▪ Ladeira da Misericórdia ▪ Praça João Alfredo ▪ Ruas de Olinda (Quatro Cantos) ▪ Praça do Carmo ▪ Praça Monsenhor Fabrício ▪ Praça da Abolição ▪ Catedral da Sé ▪ Igreja do Carmo ▪ Igreja de São Pedro Apóstolo ▪ Igreja da Misericórdia ▪ Igreja de São Francisco ▪ Mosteiro de São Bento ▪ MAC – Museu de Arte Contemporânea de Pernambuco ▪ Museu do Mamulengo ▪ Museu de Arte Sacra de 	<p><u>Além de:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Artesanato de motivo de frevo (chaveiros, alicates, porta-níquel, sombrinhas); ▪ Estruturas de bonecos gigantes de personalidades regionais, nacionais e internacionais do campo das artes, comunicação, esporte e política (que saem às ruas durante os dias de carnaval). ▪ Máscaras de carnaval de Olinda; ▪ Pinturas do Homem da Meia-Noite (referência a bloco carnavalesco); ▪ Peças de cerâmicas diversas e típicas; ▪ Execução de canções tipicamente pernambucanas; ▪ Ensaios de Maracatu; ▪ Religiosidade católica através de procissões; ▪ Entalhes em madeira com motivos das ruelas da cidade histórica de Olinda; ▪ Gastronomia com insumos como: queijo de coalho, tapioca, carne de sol, bolo de rolo, cachaças, licores de frutas tropicais; ▪ Vestimentas e suvenires de cangaceiros; ▪ Literatura de cordel; ▪ Tapeçaria, redes, labirinto, rendas e moda praia; ▪ Cerâmicas com motivos sertanejos, praieiros e

(Continua)

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Shopping Center Paço Alfândega ▪ Sport Club do Recife - Ilha do Retiro 	<p>Pernambuco</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Busto do Monsenhor Fabrício ▪ Centro de Convenções de Pernambuco (Salgadinho – Olinda) ▪ Parque de Diversão Mirabilândia (Salgadinho – Olinda) ▪ Mercado de Artesanato Sylvia Pontual (Alto da Sé – Olinda) ▪ Loja Artes do Imaginário Brasileiro (Alto da Sé – Olinda) ▪ Galeria de Artesanato São Salvador (Alto da Sé – Olinda) 	<p>sacros;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entalhes diversos e telas modernas e clássicas de temática pernambucana ou nordestina; ▪ Cardápios e livros irreverentes com “dialetos pernambucanos”.
---	---	--

Tabela 2. Atrativo dos destinos Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes-PE
(Conclusão)

Avançando nessa busca por compreender a integração do turista com o destino, com a diversidade de espaços, e a possibilidade de contato com áreas e pessoas do urbano, ainda se deve estudar índices como os meios de hospedagem utilizados, os serviços de alimentação demandados, formas de agenciamento, espaços de compras e vida noturna. Estes que estariam mais fortemente ligados à gestão privada, mas que na experiência de viagem à cidade de Recife sofrem alguns relativismos.

Quanto aos meios de hospedagem, observou-se uma diversidade de maneiras de acomodar-se em Recife e cidades com ela limítrofes e diretamente conurbadas. Entre as formas, aparece:

- Permanência em hotéis de médio e grande porte (Vídeos 03, 10, 11 e 15) e com estrutura vertical. Estes que oferecem acessibilidade, elevadores, área de lazer com piscina, sauna e acesso à praia, além de restaurante, estacionamento, e unidade habitacional climatizada. Alguns quartos dispõem de vista para o mar de Boa Viagem, Piedade (Jaboatão do Guararapes) ou Olinda, possuem metragem mediana, e oferta de diária com café da manhã com vista privilegiada, por exemplo (Figura 64). Essas três localidades também concentram diversos prédios

residenciais e comerciais não turísticos, o que possibilita ao hóspede ter um contato direto com a dinâmica de parte da cidade-cenário.

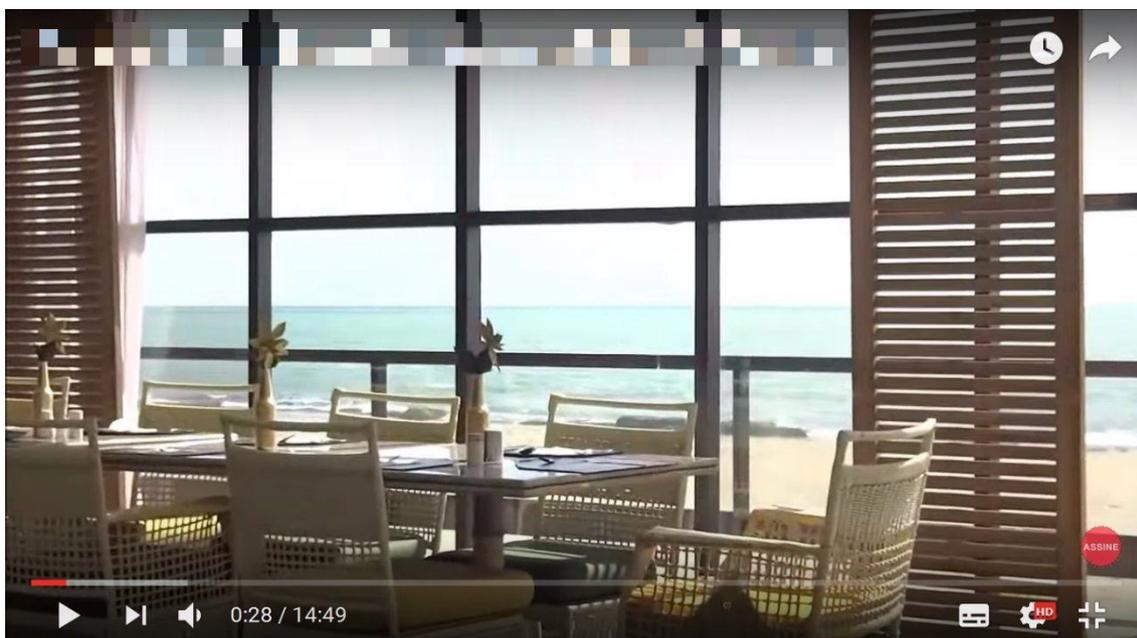


Figura 65. Vista do restaurante de hotel da praia de Piedade - Vídeo 10[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

- Hospedagem em pequenas pousadas, a exemplo das sediadas em casas tombadas localizadas no centro histórico de Olinda (Vídeo 07/ Figura 65). A hospedagem nesses espaços também corroboram para uma experiência de imersão na atmosfera citadina histórica e cultural – como sugere Maccannel (1999). Apesar disso, por motivos diversos, como a limitação na adequação do espaço edificado tombado, tais empreendimentos normalmente não oferecem estacionamento privativo, sendo a estrutura dos meios de hospedagem horizontal, com poucas unidades habitacionais e ambientação mais modesta. Mesmo admitindo que os quartos não foram apresentados em detalhe nos registros (Vídeo 07), em pesquisa na exata pousada exibida, percebeu-se que a mesma oferece quartos pequenos, porém climatizados, serviço de café da manhã incluso na diária e decoração com arte pernambucana.



Figura 66. Fachada de pousada do centro histórico de Olinda - Vídeo 07 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

- Grande parte dos turistas selecionados hospedou-se na casa de parentes e amigos (Vídeos 02, 05, 08, 12, 13/Figura 66 e 17), o que por si só já endossa a representação de integração com a cidade visitada e com seus moradores, fugindo dos caminhos oficiosamente turísticos – adentrando em cotidianos e espaços não convencionados para o turismo. Ao levantar um exemplo, destaca-se que apesar de não apresentar o bairro exato onde foi gravado o momento em que uma turista mostra a residência dos parentes anfitriões, a representação revela um condomínio vertical, onde a turista se acomoda em quarto e cama de membros da casa (elemento importante para relacionar com a hospitalidade dos anfitriões e comodidade na permanência). Comodidade essa também expressa no Vídeo 12, quando a turista agradece aos amigos por terem a recebido em suas casas, dizendo que dessa maneira a: “- *Ajudaram muito a economizar*”. Esse dado é bastante revelador do convívio dos sujeitos turísticos e residentes defendido por autores como Maccannel (1999) e Lanci da Silva (2004).

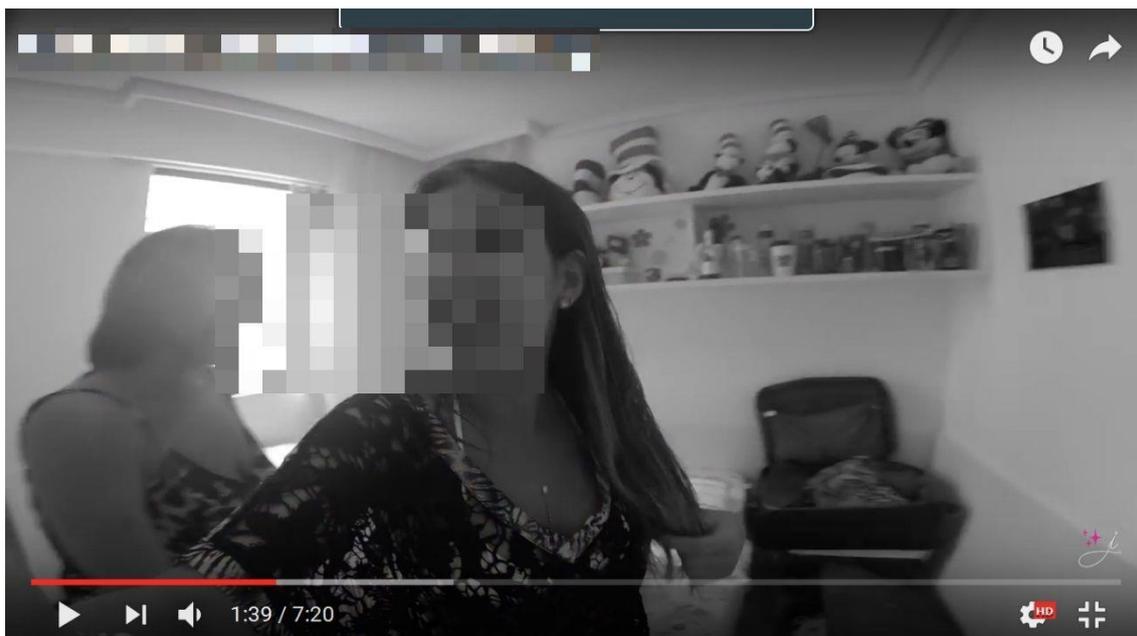


Figura 67. Aposentos dos moradores anfitriões - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No que se refere à Alimentação, recorrentemente, os locais em sua ambientação, o cardápio e o atendimento representam uma preocupação com a experiência gastronômica que vai além do prato oferecido (Vídeos 01, 04, 06, 10, 11, 12). Percebeu-se forte presença de residentes nos locais de restauração alimentar das áreas tidas como de interesse funcional turístico (que também se tornam áreas de interesse local de lazer – Vídeo 01 e 08), havendo uma diversidade de propostas marcada pelas variantes: localização, ambientação, tipificação de cardápio e serviço.

- Quanto à localização, frisa-se a comodidade de alimentar-se em áreas próximas ou integradas aos atrativos turísticos, como visto no Armazém do Porto de Recife, onde foram registrados bares e restaurantes. Pode-se usar como exemplo também: restaurantes no Centro Histórico de Olinda; barracas e quiosques na orla de Boa Viagem, Olinda e Piedade e Alto da Sé. Apesar disso, não se pode ignorar a recorrente aparição de vendedores ambulantes em todos os espaços anteriormente citados, esses que chegam até o visitante (turista ou residente) no “corpo a

corpo”. Ainda é importante listar restaurantes dentro do próprio espaço de hospedagem, praças de alimentação de shoppings centers (Shoppings RioMar, Recife e Paço Alfândega), além de lojas de souvenir que vendem produtos alimentícios. Ressalta-se também que fazer sua própria comida para comensalidade em família, é uma programação presente nas atividades de alguns turistas (vídeo 05).

- Conforme observado na paisagem, as representações da ambientação valorizam temáticas e decorações regionalistas, mas também globais-internacionais. Foi possível verificar bares e restaurantes com tema de cangaço (decoreção e uniforme dos garçons), festa junina nordestina (Figura 67), carnaval pernambucano, elementos praieiros (principalmente dos quiosques e barracas à beira-mar). Entretanto, dois restaurantes no Armazém do Porto registrados pelos Vídeos 01 e 08 possuem nome fantasia em inglês e oferecem uma ambientação que valoriza a estética do Rock & Roll (com música e decoreção).

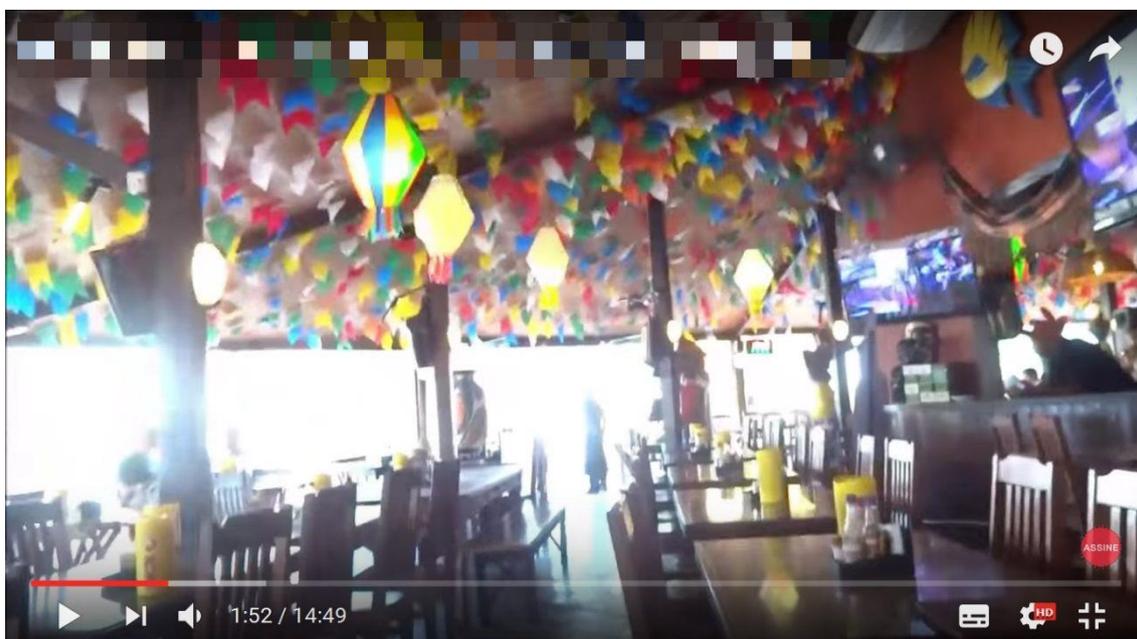


Figura 68. Decoreção junina de restaurante - Vídeo 10 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, & <http://www.youtube.com>

- A tipificação de cardápio segue a linha da ambientação, ajudando a compor uma experiência gastronômica particular. Nos espaços praiheiros (Boa Viagem, Olinda de Piedade), observa-se o consumo de peixes e frutos do mar (Vídeo 06, 08 e 10). Mas também são representados na paisagem ambulantes²⁷ vendendo uma infinidade de produtos alimentícios, a exemplo de: “caldinhos” de feijão (Vídeo 12), peixe ou camarão; amendoins, castanhas, milho, pipoca, algodão doce. As barracas do Alto da Sé são conhecidas pelo consumo de água de coco e tapioca, que também aparecem na representação dos restaurantes típicos. As lojas de souvenir oferecem alimentos de baixa perecibilidade, como: bolo de rolo industrializado, compotas, doces, cachaças e licores. Ressalta-se também serviços de café da manhã (pães, cereais – Vídeo 10) e alguns bares com alimentação mais padronizada ao paladar internacional (a exemplo das praças de alimentação de shopping centers), com oferta de pizzas, crepes, batata frita e drinks.
- Os serviços são os mais diversos e atendem demandas diurnas e noturnas (Vídeo 01, 06, 08 e 10), com ofertas em formato buffet (café da manhã dos meios de hospedagem), além de rodízio, *self-service* (Figura 68) e *à la carte*.

²⁷ Vale enfatizar que é grande o número de pessoas nessas condições, normalmente insalubres, sem qualquer garantia trabalhista, sendo um aspecto negativo muitas vezes assimilado pelo turista e que vai de encontro às ideias de uma cidade turística desenvolvida, apesar de entender que esses empregos podem ser importantes oportunidades (quando asseguradas) de renda e permanência de moradores, como coloca Urbain (1996).

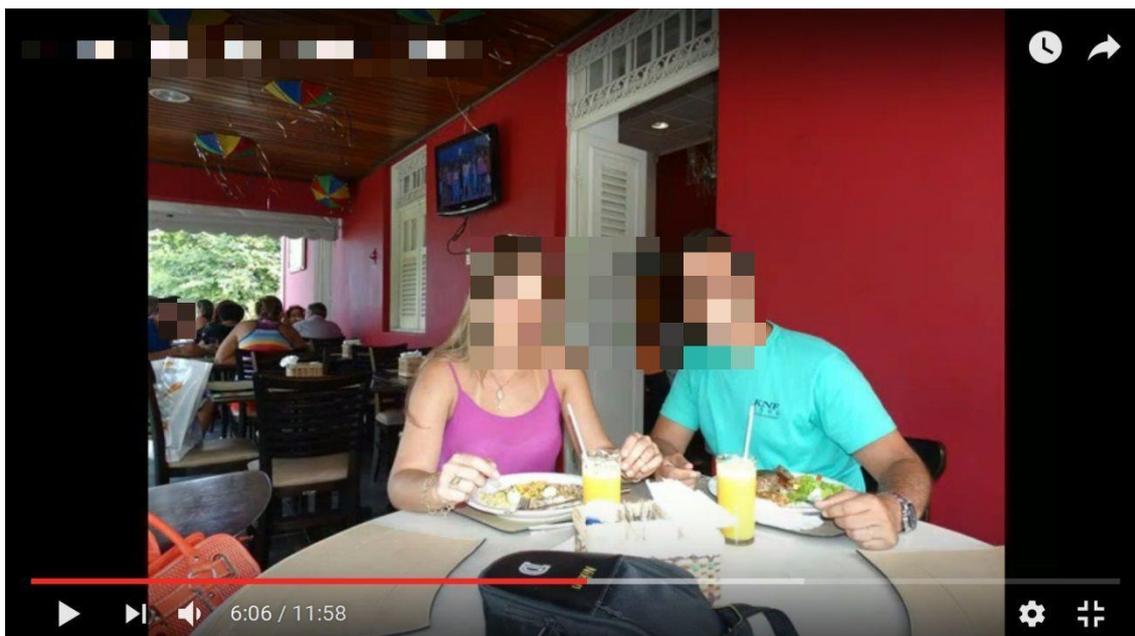


Figura 69. Serviço de self-service em restaurante - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de <http://www.youtube.com>

A força e a forma de atuação do mercado de Agenciamento de Viagens (seja na perspectiva emissiva ou receptiva) pode evidenciar maior ou menor autonomia do turista sobre o que escolher visitar, utilizar ou consumir em um destino turístico. Isso porque o serviço de agenciamento em diversos casos apenas direciona, ou infelizmente segrega, inibe contatos do turista com a cidade e os seus – principalmente em viagens às cidades grandes.

Porém, aliando-se mais uma vez à ideia de liberdade de circulação sobre a cidade, quando se refere aqui aos vídeos selecionados, apenas os vídeos 04, 08, 09 e 10 fizeram reais referências a esses profissionais de agenciamento de viagens e passeios. Destaque visual para o profissional Guia de Turismo no vídeo 08, enquanto conduz o passeio de Catamarã sobre os rios Beberibe e Capibaribe. Condução que não acontece no registro 09, quando a turista comenta da existência do serviço de guiamento na entrada do Centro Histórico de Olinda, o qual considerou desnecessário, realizando seu passeio pelas ruas históricas de forma autônoma. “- *Várias pessoas abordaram a gente pra fazer passeio turístico e conhecer melhor cada ponto turístico daqui. E pelo preço que ele informou é R\$ 25 por pessoa e R\$ 50*

até 4 pessoas num grupo. Ai ele falou: – Só paga se gostar” ([Arquivo de vídeo], de <http://www.youtube.com>). O Vídeo 10 apenas registra a fachada de uma agência de receptivo, na qual o turista não entra.

Somente o vídeo 04 exhibe claramente a representação de um agente de viagem (atuando no serviço receptivo/Figura 69), e trabalhando também como guia de turismo através de acompanhamento em passeios pelo Recife Antigo, Olinda, Praia de Boa Viagem, além da Ilha de Itamaracá. As demais experiências não apresentam claramente o uso desses serviços. Pelo contrário, alguns deles deixam evidente o uso de sites para compra de passagens aéreas e diárias em hotéis (Vídeos 10 e 11), além da consulta a portais de informação (Vídeo 09), mapas e guias impressos (Vídeo 07), amigos e parentes (Vídeo 01, 08, 13 e 15). Esses acionados para auxiliar na escolha da programação de atividades na cidade visitada – dado que coaduna novamente com a hipótese de maior integração do turista com o destino Recife.



Figura 70. Agente de Viagem/Guia de Turismo junto ao turista - Vídeo 04[Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Em relação ao aspecto Compras, além de compor uma estrutura de apoio à experiência turística, ao se observar os vídeos, percebe-se que o item se une à representação de atrativo turístico. Mas isso acontece pouco pelo flagrante de compra de livros e maquiagem em shoppings centers (Vídeos 13 e 17), mas principalmente pela recorrência na visita a centros de artesanato e ateliês de artistas plásticos (destaque para os localizados no centro histórico de Olinda). Em 14 das 15 experiências selecionadas (exceto vídeo 02), foi detectado interesse por visita para compra de utilitários e presentes, destacando-se:

- Centro de Artesanato de Pernambuco (Recife Antigo)
- Casa da Cultura (Recife Antigo)
- Feirinha de Boa Viagem (Boa Viagem)
- Mercado de Artesanato da Sé (Olinda)
- Mercado de Artesanato Sylvia Pontual (Olinda)
- Loja Artes do Imaginário Brasileiro (Olinda)
- Galeria de Artesanato São Salvador (Olinda – Figura 70)
- Ateliês de Arte do Centro Histórico (Olinda).
- Shopping Center RioMar (Pina)
- Shopping Center Paço Alfândega (Recife Antigo)
- Shopping Center Recife (Boa Viagem)



Figura 71. Galeria de Artesanato - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Por fim, no que tange à Vida Noturna, os espaços e equipamentos utilizados para o entretenimento nas últimas horas do dia foram timidamente registrados. Esse dado pode denotar a ideia de o turista dedicar mais fortemente sua experiência de viagem a uma programação diurna e familiar, tendo em vista que a maioria dos vídeos selecionados mostra grupos familiares com crianças e pessoas de meia-idade.

Ainda assim, é possível captar representações da vida noturna expressa nos registros, sendo basicamente dividida em: espaços de alimentação (jantares – Vídeo 01 e 10), em praias como Boa Viagem, Piedade e Centro Histórico de Recife e Olinda (Vídeo 07), caminhadas noturnas na orla (Feirinha da Praia de Boa Viagem – Vídeo 10), além de idas a casas noturnas, a exemplo da exibida no vídeo 01 (Figura 71). Enredo esse último que se desdobra quando uma anfitriã leva sua convidada a um espaço que funciona na orla de Olinda e oferece serviço de bar e boate, com execução de ritmos regionais e internacionais, como: forró, samba, funk, rock and roll e música eletrônica.



Figura 72. Casa noturna - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Buscando sintetizar, e mais uma vez solidificar a hipótese de que o processo de integração do turista com a cidade de Recife ocorre de maneira mais fluida, esta análise avança no entendimento de que diversos espaços públicos de lazer urbano coincidem com os atrativos turísticos visitados. Esse dado, mesmo necessitando de um aprofundamento sobre questões que envolvem distância de bairros periféricos e distinção e hábitos de classes sociais, aponta para o alerta feito por da Silva (2004) sobre os riscos de existir barreiras para uso residente de espaços turísticos.

Entende-se ainda que a oferta de equipamentos [APPT] de hospedagem, alimentação, compras e vida noturna – no caso de Recife – está localizada em áreas funcionais turísticas, mas que também são urbanas e cotidianas do residente. Quanto a isso, evidenciou-se ambientes de hospedagem (residência de amigos e parentes, por exemplo), alimentação (restaurantes e faixas de areia), compras (shoppings) e vida noturna (calçadões, bares e boates) com clara presença de residentes.

Na tentativa de sintetizar tais aspectos, criou-se o Mapa 02 (Figura 72). Nele é possível apontar os atrativos, tendo elementos artificiais, naturais e mistos, e equipamentos turísticos (hospedagem, alimentação, agenciamento, compras, vida noturna) – fixos e fluxos presentes no espaço geográfico (Santos, 1985). Eles estão distribuídos em diversas áreas das 3 cidades (Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes), permitindo constatar que a sobreposição das 15 experiências de viagem apreciadas mostra uma pulverização dos espaços de hospedagem (em hotéis, pousadas e casa de amigos) e de visitação. Tal mapa revela uma imersão do turista pouco policiada e mais fluida por várias partes da cidade de Recife (como os bairros de Várzea, Pina e Imbiribeira), além de Olinda e Jaboatão dos Guararapes.

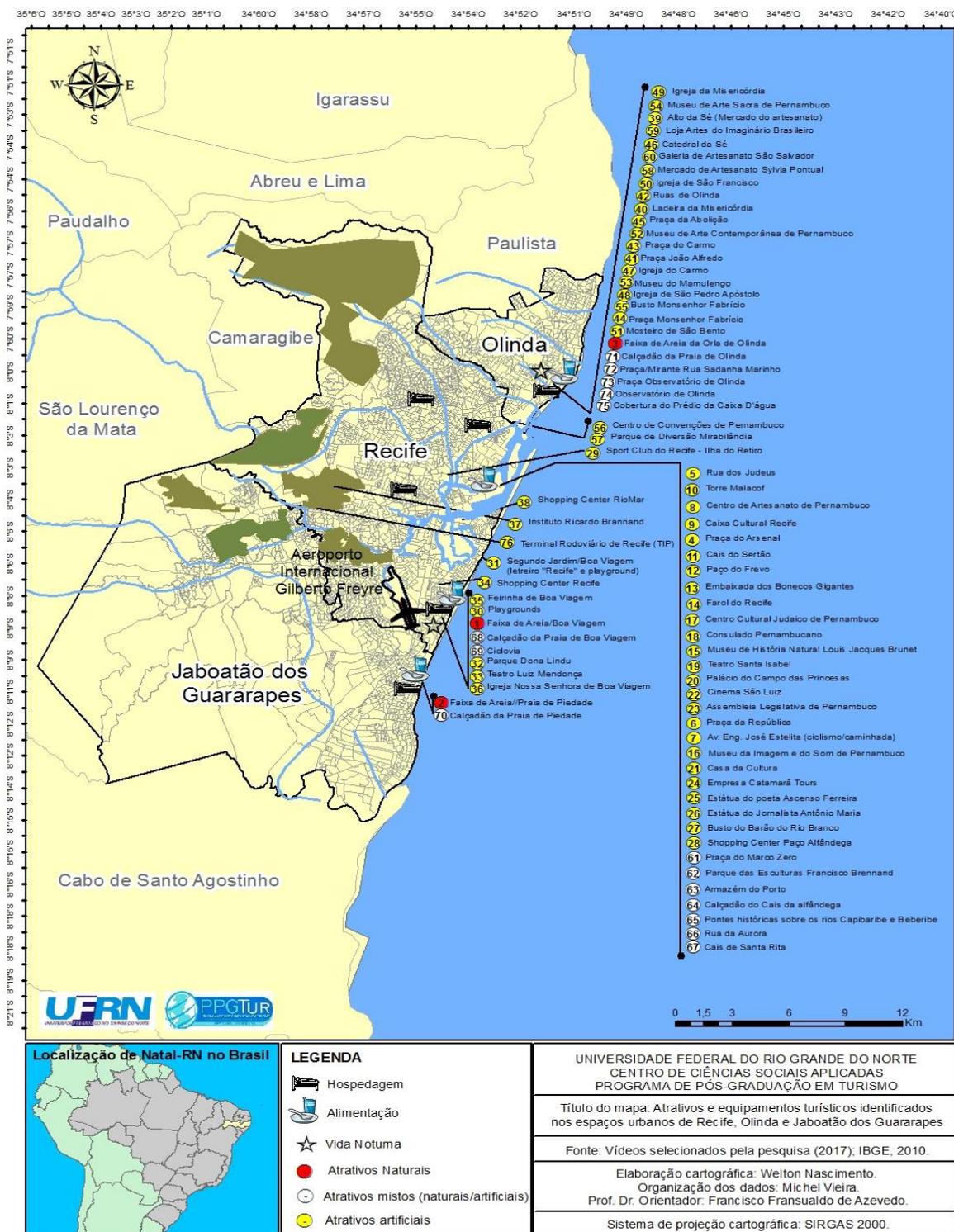


Figura 73. Nascimento, Vieira e Azevedo (2017). Atrativos e equipamentos turísticos identificados nos espaços urbanos de Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes[Mapa]

C) Atividades de Recreação para Residentes [PUC-C] = Motivação Turística e Perfil do Turista [APPT]

Na tentativa de tratar mais especificamente sobre o processo de integração do turista e o destino, o propósito desta intercessão de índices é buscar compreender se as atividades desenvolvidas pelos residentes nos espaços públicos de lazer se assemelham às motivações e ao comportamento do turista.

Ao inferir sobre tal questão, apresentam-se aqui as maneiras de apropriação do espaço. Na maioria das situações registradas, o lazer parece acontecer de certa forma semelhante e compartilhado entre os sujeitos (turistas e residentes). Para comprovar tal inferência, buscou-se inicialmente apontar as *Atividades de Recreação para Residentes [PUC-C]*, para em seguida avançar na comparação com as vivências turísticas. Para tal, a subsecção abordará atividades culturais/ religiosas, de esporte/ saúde, eventos, e contemplação/contato com a natureza.

Ao apreciar a representação da atividade cultural/ religiosa residente extraída dos vídeos, torna-se necessário enfatizar uma das principais características das práticas de lazer exercidas pelos residentes nos espaços públicos. Atendendo a expressiva quantidade desses espaços exibidos nos registros de viagem (a céu aberto ou edificadas – isso não quer dizer que seja suficiente para a demanda cidadina), tem-se a presença do residente participando de:

- Ensaios e apresentações de Grupo de Maracatu nas prévias de Carnaval (Recife Antigo – Vídeo 01/Figura 73 e Centro Histórico de Olinda – Vídeo 14), na condição de membro do grupo ou espectador;
- Visitas a espaços culturais, como: museus, locais de exposições, centros de artesanato, prédios históricos, edificações religiosas, além de monumentos históricos e artísticos (exceto os vídeos 02 e 05);

- Procissão religiosa saindo de igrejas barrocas centenárias, e seguindo em cortejo que corta as ruas do Centro Histórico de Olinda (Vídeo 13).



Figura 74. Ensaio de Grupo de Maracatu - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No que se refere a atividades de esporte/saúde/lazer, é preciso realçar ações públicas que favoreceram práticas esportivas e de ócio direcionadas à saúde física e mental do residente, a exemplo de:

- Criação de calçadões e ciclovias nas orlas das praias de Boa Viagem e Olinda (Vídeos 03, 04, 06, 10, 12, 15 e 16), sendo perceptível os seus usos para a prática de caminhada, corrida e ciclismo – para pessoas de todas as idades. Vale ressaltar o uso das ciclovias também para deslocamentos diversos (ida ao trabalho ou comércio – Vídeo 15). A faixa de areia também é usada para realização de caminhadas e corridas (Vídeos 08 e 10) – elemento interessante quando se trata do direito à cidade (Harvey, 2013);
- Projeto de reordenamento de trânsito em partes importantes da cidade (destaque para a região do entorno do Recife Antigo) para a criação de ciclofaixas

exclusivas para trajetos de bicicletas, skates e patins (Vídeo 08). Essa proposta, que se estende por outros bairros, ocorre aos domingos e nos feriados e, dependendo do trecho, também permite ao transeunte o contato com atrativos culturais/ religiosos e com a natureza, através das paisagens de parques, manguezais, rios e praia;

- Uso da Praça do Marco Zero para o lazer de pessoas de diversas idades (caminhadas em família, passeios de triciclo para crianças, corridas e acrobacias em bicicletas e skates – Vídeos 04, 08/Figura 74, 13 e 16);
- Ordenamento de praça, a exemplo do Segundo Jardim da Orla da Praia de Boa Viagem (Vídeo 10), que, além de oferecer a residentes e turistas um espaço de apelo paisagístico, dispõe de academia ao ar livre de frente para o mar diuturnamente;
- Edificação de espaços para diversão e exercícios para o público infantil nas areias da praia de Boa Viagem (playground – Vídeos 03 e 10);
- Ida a parque de diversão (iniciativa privada), para divertir-se em grupo, normalmente com brinquedos de grande porte e que testam a adrenalina e a resistência (Vídeo 02).

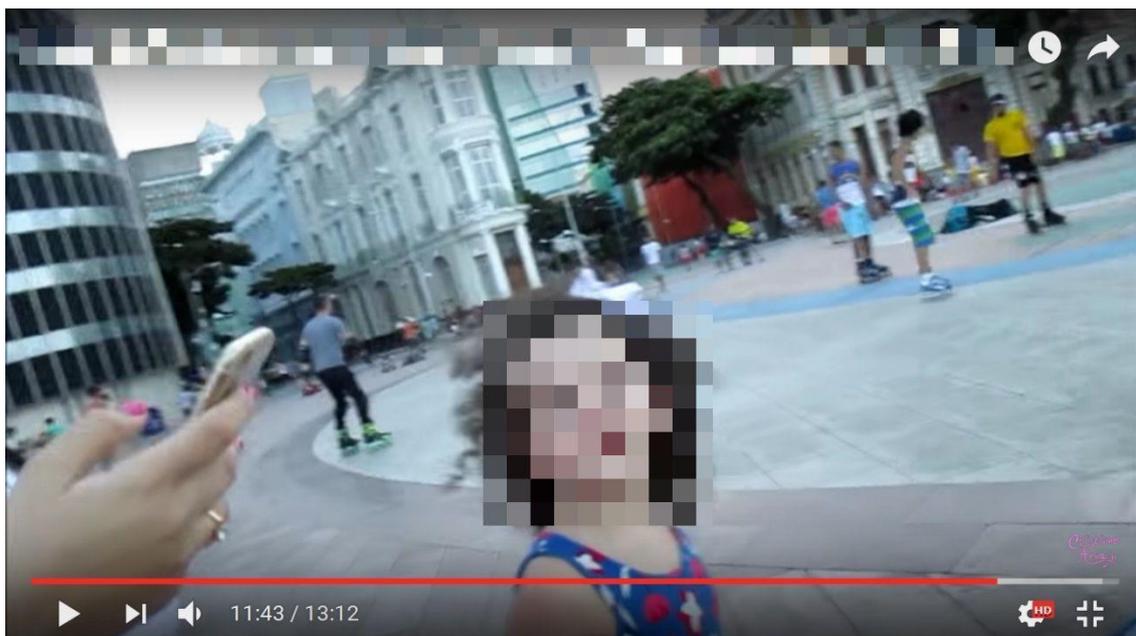


Figura 75. Transeuntes na Praça do Marco Zero - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Parte das atividades anteriormente citadas ocorre em meio a eventos, setor importante no cotidiano de lazer de uma cidade, sendo, no caso específico de Recife (além de Olinda e Jaboatão dos Guararapes), o calendário de eventos culturais, religiosos e comerciais perceptíveis em experiências selecionadas, sendo apontados:

- A manifestação cultural mais importante da cidade é o carnaval – apesar de nenhum registro filmá-lo. Entretanto, a festa está sempre presente direta ou indiretamente no discurso dos residentes anfitriões ao convidar seus turistas a permanecer na cidade e conhecer a festa (Vídeo 15). Questão evidenciada em ensaios de Maracatu nas ruas do Centro Histórico de Olinda (Vídeo 14) na Praça do Arsenal (Recife Antigo - Vídeo 01), montagem de grande estrutura de palco no Marco Zero (Recife Antigo - Vídeo 14), além da oferta de suvenires com motivo de carnaval (Vídeo 06 e 07);
- Festa de padroeiro com grande procissão percorrendo ruas e passando pelas igrejas barrocas de Olinda (Vídeo 14/Figura 75). Vale salientar que Recife e

Olinda concentram diversas igrejas católicas, centenárias e tradicionais, sendo esse tipo de evento comumente realizado.

- Interação com personagens circenses nas ruas de Olinda, palhaços esses que circulam pelo centro histórico mostrando sua arte a turistas e residentes (Vídeo 07);
- Visita a feiras de produtos diversos em grandes centros de convenções, como é o caso do evento “HairNor” (Vídeo 07), voltado para estética e beleza, sendo atualmente a maior feira desse segmento no nordeste brasileiro;
- Evento da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos do estado de Pernambuco, na sede do Sport Clube Recife (Vídeo 17).



Figura 76. Procissão católica no Alto da Sé - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No que diz respeito à contemplação e contato com a natureza, as atividades de lazer realizadas pelos residentes observadas apontam para aquelas que integram, além do verde, aspectos culturais, históricos e momentos de reunião entre amigos. Elementos esses que parecem determinar práticas que envolvem paisagens naturais. Dentre eles, lista-se:

- Caminhadas diurnas e noturnas na beira-mar de Boa Viagem, Olinda e Piedade (inclusive levando animais para passear – Vídeo 12/Figura 76), onde também se observa a forte presença de moradores sozinhos ou em grupo (adultos e crianças) sentados em cadeiras em barracas de praia, conversando entre si, comendo petiscos, tomando banho de sol e de mar. É importante sinalizar para a recorrente referência a ataques de tubarões na orla da praia de Boa Viagem, através de placas espalhadas na orla e da presença de posto de salva-vidas (Vídeos 03, 06, 10 e 12);
- Circulação pelo Cais do Porto (Armazém do Porto) e Marco Zero do Recife Antigo, fotografando o letreiro de “RECIFE” (Vídeos 01, 04 e 07) e contemplando a paisagem do encontro do rio com o mar, arrecifes e Parque das Esculturas de Brennand (Vídeos 08, 12 e 16);
- Ciclismo pelas ciclovias e ciclofaixas inseridas em ruas e avenidas margeadas por rios e praias – onde é possível contemplar a natureza (Vídeo 08);
- Passeio de barco (nos registros, acompanhando os turistas) pelos rios Capibaribe e Beberibe, entrando em contato com a flora, fauna e paisagens que remontam à história da cidade (Vídeos 08, 12 e 15);
- Contemplação da flora e do mar, além dos prédios históricos de Olinda, através dos mirantes localizados no centro histórico (registro de moradores observando a paisagem – Vídeo 07).



Figura 77. Caminhada pela faixa de areia da praia de Boa Viagem - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Muitas atividades de lazer para residentes aqui observadas também alimentam as *Motivações Turísticas [APPT]*. Elas fortalecem o discurso de não segregação levantado poeticamente por Calvino (1990), mas que no campo do planejamento dizem respeito às agendas da gestão pública, mas principalmente do investimento da iniciativa privada, que atende em agenciamento, hospedagem, alimentação, compras, entretenimento e eventos, tais demandas de viagem. Dentro dessa análise de vídeos daqueles que decidiram visitar o destino Recife (suas formas, funções, estruturas, processos – Santos, 2008), cinco principais estímulos parecem ter mobilizado a prática turística na cidade, dentre eles:

- Turismo Cultural e Histórico: Possivelmente é o mais importante estímulo turístico do destino Recife (que envolve a cidade de Olinda também). A motivação busca apresentar elementos da tradição local, oferecendo visitas a uma grande diversidade de atrativos históricos e culturais (museus, centros de artesanato, monumentos, edificações religiosas e civis, parques e praças – além de

calendário de eventos culturais). Tais elementos têm maior concentração no Centro Histórico de Olinda (Figura 77) e na região do Recife Antigo (Figura 78).



Figura 78. Panorama do Centro Histórico de Olinda - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

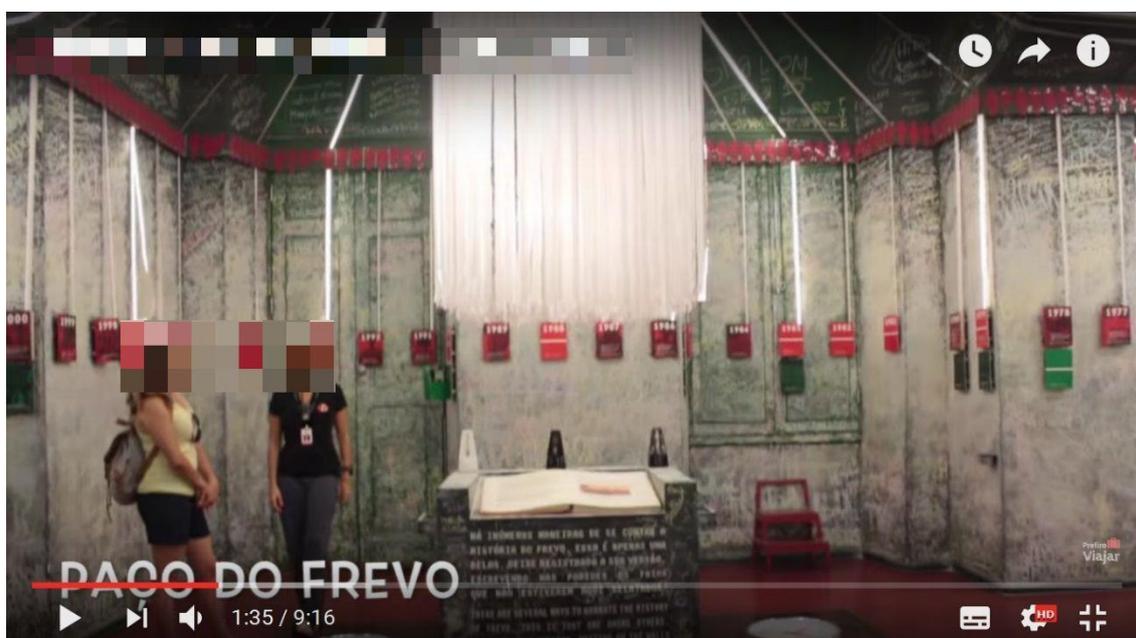


Figura 79. Paço do Frevo - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

- Turismo de Sol & Praia: Motivação que se associa à estrutura hoteleira e que está intensamente localizada na orla das praias urbanas de Boa Viagem, Piedade e Olinda (caminhadas, banho de sol e de mar – acrescidos de comensalidade). Foi acrescentada a essa programação visitas a outros destinos de sol e praia fora do perímetro estudado, como: Porto de Galinhas, Ilha de Itamaracá, Tamandaré, Cabo de Santo Agostinho.
- Turismo de Eventos: O destino oferece o Carnaval (como já mencionado) como o principal evento de seu calendário, captando milhões de turistas nacionais e estrangeiros todos os anos. Apesar de não ter sido apresentado nos registros, quanto a essa festa, recorrentemente comentada nos vídeos, observaram-se alguns espaços que oferecem suvenires e postais com motivos de carnaval, decoração dos estabelecimentos com sombrinhas, bonecos gigantes (Figura 79) e máscaras típicas dessa festa, além de painéis nas fachadas de pousadas em Olinda representando os blocos de rua. Ou seja, faz-se menção simbólica a personagens desse mesmo evento durante todas as viagens. Destacam-se os caboclos de lança, homem da meia-noite, e dançarino de frevo em lojas de artesanato e ao ar livre, além de músicas típicas dos antigos carnavais que são executadas em passeios e estabelecimentos. Além do carnaval, Recife também se apresenta como polo de eventos científicos, comerciais e corporativos, como observado no encontro realizado pelos Correios e Telégrafos (Vídeo 17) e no caso do “HairNor” (Vídeo 07). Evento esse que acontece no Centro de Convenções de Pernambuco. Tais registros podem qualificar a cidade como um polo importante desse tipo de turismo, segundo a ABEOC [Associação Brasileira de Empresas de Eventos] (2012).



Figura 80. Bonecos gigantes típicos do Carnaval Pernambucano - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2014, de <http://www.youtube.com>

- Turismo Ecológico: Estímulo aparentemente de menor impacto sobre a motivação turística de quem decidiu visitar Recife, mas que se mostra em passeios contemplativos de observação da fauna e flora presente às margens dos rios que cortam a cidade (Figura 80) – além da apreciação da orla urbana de mar calmo com presença de arrecifes.

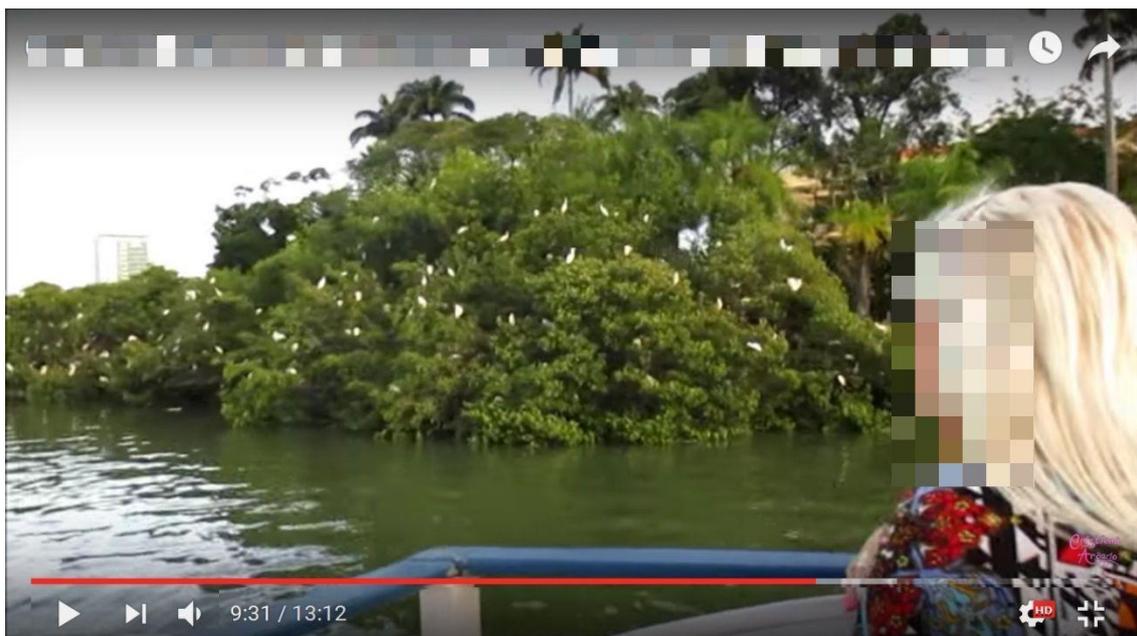


Figura 81. Contemplação de margem do rio Beberibe (manguezal e garças) - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

- Recreação e lazer: Vários vídeos apontaram o reencontro de amigos e familiares, que, associado a outras motivações anteriormente citadas, realizam programação típica do cotidiano dos residentes (Vídeos 05, 13 e 15 e 17), como ir a shopping centers, visitar parentes e amigos, ir ao parque de diversão (Figura 81)



Figura 82. Diversão em parque (montanha-russa) - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Esses estímulos anteriormente elencados demonstram a diversidade de motivações turísticas possíveis de ser vivenciadas e observadas em viagens ao destino Recife. Lugar esse que integra o turista à dinâmica da cidade por meio da oferta de espaços e atividades de lazer apreendidas pela gestão pública e através de equipamentos da iniciativa privada. Percebe-se que de alguma maneira incentiva-se visitantes e moradores a terem programações semelhantes de entretenimento, estimulando o interesse pelo bem cultural, histórico e natural. Tal situação oportuniza uma vivência que dialoga com aspectos tradicionais da população recifense apresentados nas próximas linhas.

D) Hospitalidade Não Turística [PUC-C] + Hospitalidade Turística [APPT]

Avançando na confirmação da ideia de uma cidade turística que permite integração do turista com o destino e com parte de seus residentes, a pesquisa se debruça sobre o índice que trata da hospitalidade, sobre o bem receber, o contato, a atmosfera do encontro entre visitantes e visitados. Essa relação pode ocorrer seja através da boa convivência e contato do turista com sujeitos da cidade e que não estão ligados diretamente à oferta turística (*Hospitalidade Não Turística – [PUC-C]*), seja por meio desse mesmo contato agora realizado com pessoas que compõem o *trade*.

Quando se trata do contato direto com aqueles que não fazem parte diretamente do *staff* do turismo, faz-se necessário dividir a hospitalidade em três principais subunidades de registro:

- Servidores públicos: Em diversos espaços pôde ser representado claramente o serviço público que permitia ao turista uma experiência acolhedora. Há exemplo de garis (varredores de rua) trabalhando no Recife Antigo (Vídeos 07 e 08) e na orla de Boa Viagem e de Olinda (no Vídeo 10, um dos turistas comenta positivamente acerca da limpeza das praias), policiais e suas viaturas vigiando o

Alto da Sé em Olinda (Vídeo 07), e posto de salva-vidas com seus profissionais na orla de Boa Viagem (Vídeo 10).

- Trade não turístico: Não houveram muitas evidências do contato do turista com profissionais do setor privado não turístico, a não ser nos vídeos que mostram claramente visita a lojas de livros, brinquedos, roupas, calçados, artigos de decoração e casa em dois shoppings centers da cidade (Vídeo 13, 15 e 17) e observação do trabalho de um restaurador de patrimônio (Vídeo 06).
- Moradores: Mesmo considerando destacáveis índices de insegurança (aspecto tratado por turista em Vídeo 11, ao remeter ao risco de furto de carro no centro da cidade de Recife), observa-se recorrente participação dos moradores na condução da experiência turística. Os vídeos 01, 08, 12, 13, 14 e 15 mostram residentes atuando como anfitriões, apresentando os atrativos turísticos para seus convidados. Em alguns casos, percebe-se claramente a dedicação em oferecer uma experiência particular de turismo, como foi o caso dos vídeos 05, 12, 13 e 14, nos quais se percebe a hospedagem na casa dos anfitriões, esses que também disponibilizam tempo e veículo para transportar e agregar seus turistas numa dinâmica de lazer familiar ou fazer comidas típicas em “festa” na cozinha de casa. Em outro momento, no vídeo 08, a anfitriã pergunta a sua convidada se está “*Sendo um bom guia*”. Na despedida de um dos vídeos, a anfitriã abraça o parente e chora pela sua partida (Vídeo 14/Figura 82). Em outro momento, alguns jovens sorriem, dançam e acenam espontaneamente para o turista, quando o veem filmando (Vídeo 16). Ou ainda percebe-se momento em que no meio do trânsito de avenida movimentada da periferia do Recife, o turista que estava guiando sua própria moto, para no sinal de trânsito, pergunta a um motorista de carro sobre as coordenadas para chegar a algum destino específico. O perguntado responde

prontamente, e ainda aperta sorridente a mão do motoqueiro em meio à pressão do movimento de carros (Figura 83). Esses traços de hospitalidade, não apenas com amigos e familiares, mas também com transeuntes desconhecidos, permitem uma reflexão importante sobre acolhimento por parte do turista em uma cidade.



*Figura 83. Residente chora ao despedir-se de turista - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*



*Figura 84. Residente orientando turista no trânsito da cidade - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*

Da mesma maneira, procurando evidenciar elementos que denotem aspectos do bem receber, a análise de conteúdo busca mostrar representações da paisagem que ensejam sobre *Hospitalidade Turística* [APPT]. Ou seja, a cortesia associada ao *trade* público e privado em atrativos e equipamentos específicos do turismo. Desse modo, divide-se a apreciação da paisagem em duas subunidades de registro.

- **Trade Público:** Alguns vídeos mostram a cortesia e o bom humor de profissionais da gestão pública, a exemplo de Instrutora do memorial “Paço do Frevo” (Vídeo 12/Figura 81), que de forma inovadora explica à turista a variação da cadência rítmica do gênero musical frevo. Além desse exemplo, no mesmo vídeo é apresentado um instrutor no espaço “Cais do Sertão”, que pacientemente acompanha os visitantes na manipulação de instrumentos musicais típicos do nordeste.

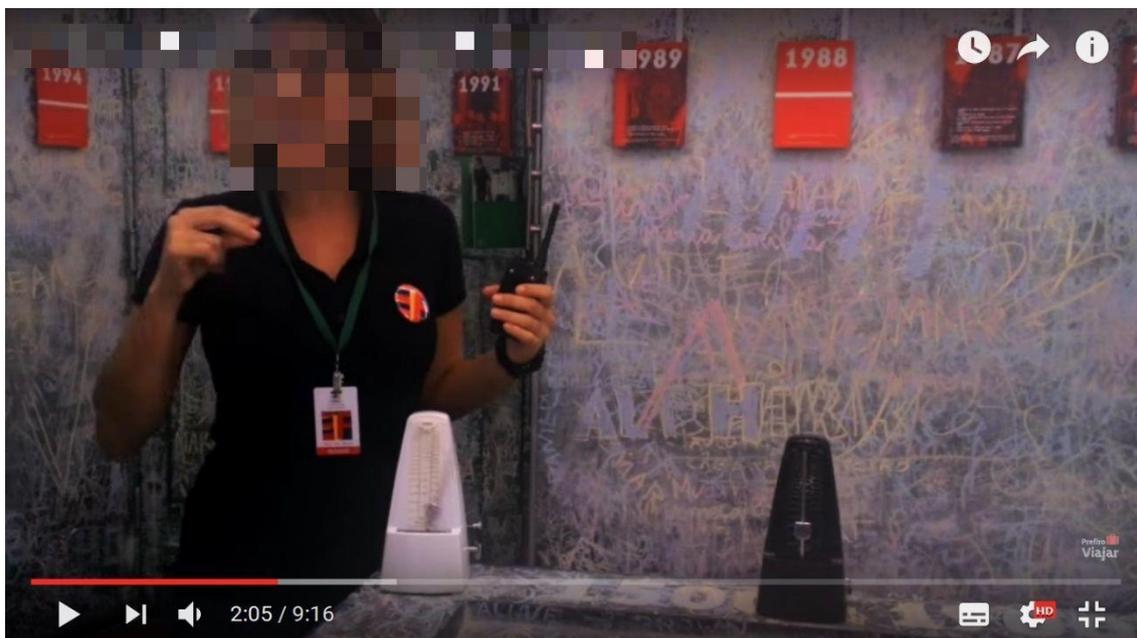


Figura 85. Instrutora do Espaço Cultural “Paço do Frevo” - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

- **Trade Privado:** Diversos são os registros sobre a cortesia, o bom humor e a irreverência associados aos profissionais que atuam na operação de serviços e

equipamentos turísticos. É possível frisar a empolgação dos guias que conduzem os passeios de catamarã ao passar por baixo das pontes históricas (Vídeos 08 e 15), a cortesia do garçom (fantasiado de cangaceiro – Vídeo 10), e a gentileza de um terceiro garçom que trocou a comida da cliente após reclamação (Vídeo 10). É possível acrescentar a explicação minuciosa de um artesão sobre sua obra no Alto da Sé (Vídeo 15), o sorriso e o aceno de um barqueiro ao perceber que estava sendo gravado (Vídeo 08/Figura 85), a alegria e delicadeza dos palhaços de rua (Vídeo 07 – Figura 86), o bordão “só paga se gostar” do guia de turismo em Olinda (Vídeo 09), a criatividade dos vendedores ambulantes da orla de Boa Viagem (Vídeo 12), com seus caldinhos, amendoins, ovos de codorna, sorvetes, protetores solares, e a “locação de piscina inflável para crianças”.



Figura 86. Barqueiro acena para câmera - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 87. Palhaços recepcionam turistas - Vídeo 07 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Essa comparação entre hospitalidade pública e privada corrobora com os resultados de estatísticas de pesquisa de demanda turística da EMBRATUR, que sempre colocam a hospitalidade (pública e privada) das capitais turísticas do nordeste como sendo um dos seus traços culturais e profissionais mais destacáveis. Na análise dos vídeos sobre o turismo em Recife, tais aspectos sobressaem em praticamente todos os registros selecionados, conduzindo a mais um elemento que confirma a tese de que a experiência turística nessa cidade se mostra mais corrente e espontânea, tendo o turista a oportunidade de conviver de alguma forma não apenas com trabalhadores do trade turístico (do âmbito público e privado – formais ou informais), mas também com moradores, transeuntes e profissionais que não são ligados diretamente ao fenômeno turístico. Isso revela a ideia de que: “- *Vocês serão muito bem recebidos*” em Recife – momento final do vídeo 15, quando a turista se despede da cidade, que, conurbada com Olinda e Jaboatão dos Guararapes e seus litorais, oferece uma configuração territorial particularmente importante para pensar a dinâmica turística.

Dinâmica que parece indicar que é “a cultura da cidade e seus residentes que saúdam o visitante” (Hayllar; Griffin & Edwards, 2011, p. 13)

E) Localização das áreas funcionais de lazer residente [PUC-C – CT] = Localização das áreas funcionais turísticas [PUC-C – APPT]

Essa última análise acerca dos processos de integração visa apontar a localização dos espaços onde as vivências ocorrem, os fluxos e fixos da dinâmica cidadina e sua semelhança ou disparidade com o cenário percebido pelo turista. Pretende-se saber aqui se a configuração territorial da cidade de Recife, a localização de seus atrativos e equipamentos, permite/convida uma circulação pela cidade, uma maior exploração do campo territorial do destino, para poder alcançar os elementos da oferta turística. Ou se essa mesma configuração mantém os visitantes em espaços limitados e segregados para a prática exclusiva do turismo.

Pela elaboração do Mapa 03 (Figura 87), percebe-se que os turistas têm se deslocado para 4 diferentes áreas funcionais de interesse turístico (Região do Recife Antigo, Praia de Boa Viagem, Centro Histórico de Olinda e Praia de Piedade, em Jaboatão dos Guararapes – todas representadas com tracejado indicando facilidade de circulação de turistas e moradores). Percebe-se também que o visitante circula também por bairros mais periféricos (de caráter também residencial e comercial) e distantes da orla – orla essa que também apresenta função de lazer, residencial e comercial não turística (trade turístico e não turístico). Exemplos desses espaços descentralizados são os bairros de Várzea, Imbiribeira e Pina, em Recife, e Salgadinho, em Olinda – também apontados no mapa a seguir. Ainda observa-se no mapa a visita a atrativos concentrados em municípios ao Norte (Ilha de Itamaracá) e ao Sul (Cabo de Santo Agostinho, Tamandaré e Ipojuca).

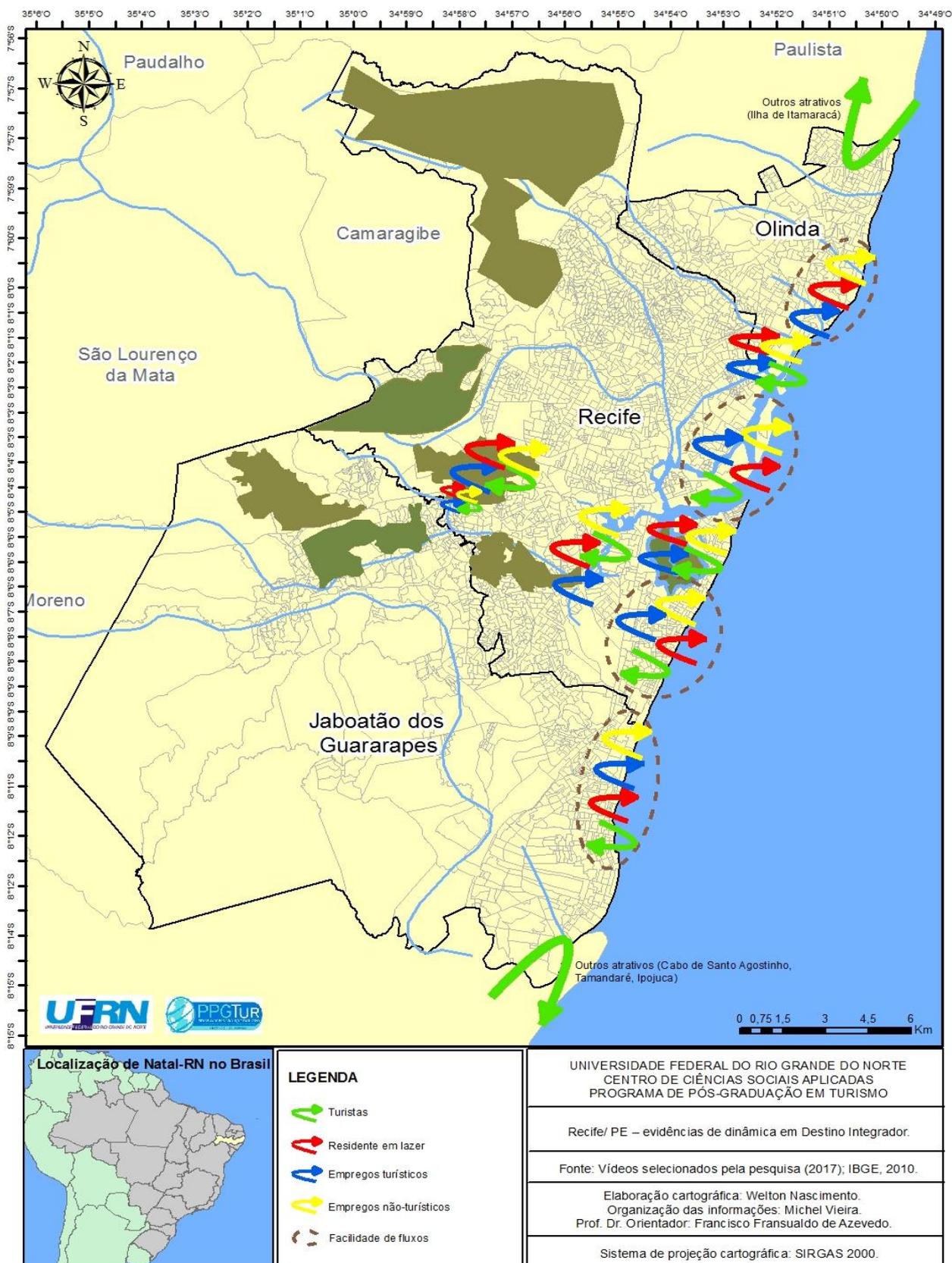


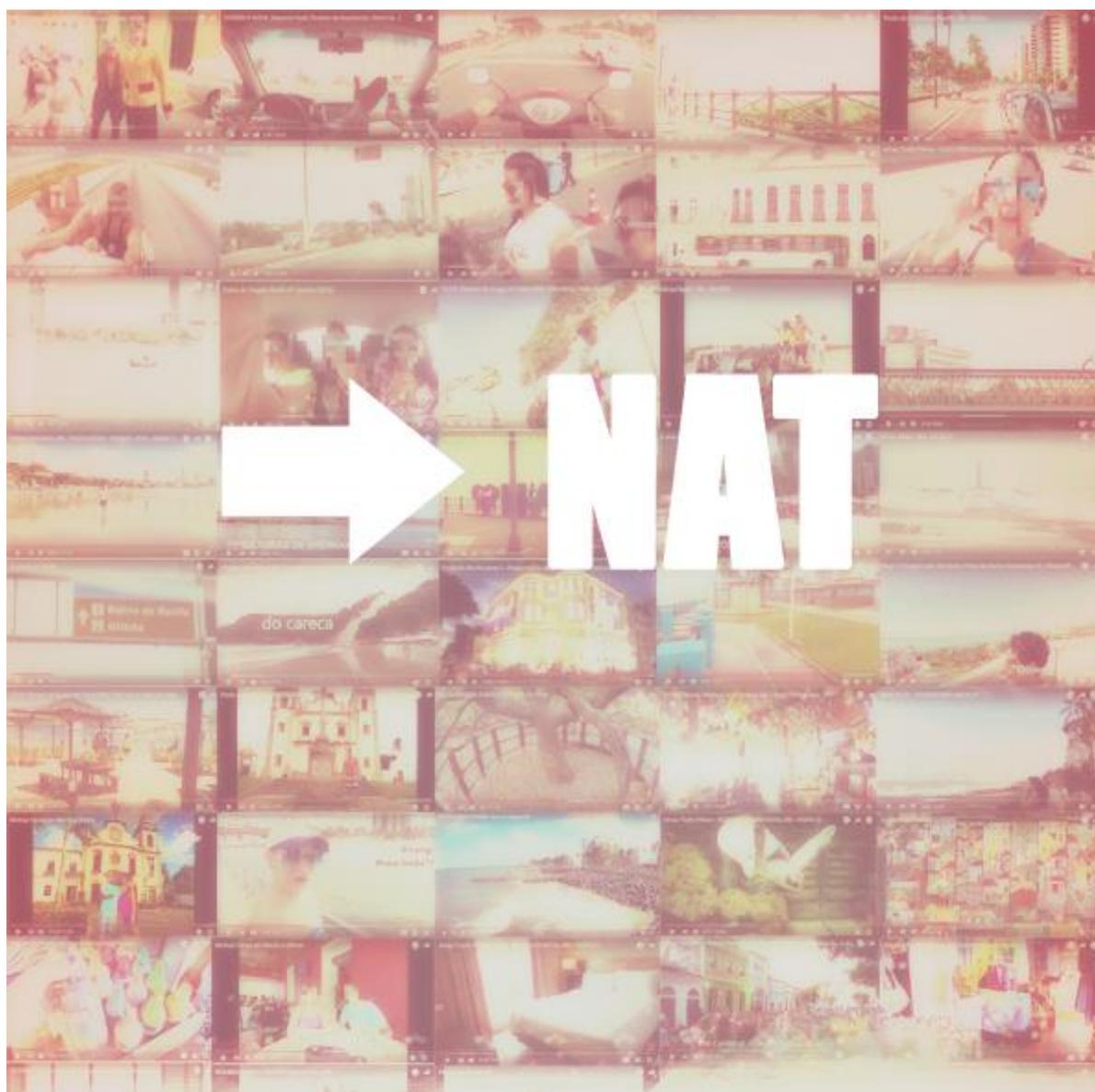
Figura 88. Nascimento, Vieira e Azevedo (2017). Recife-PE – evidências de dinâmica em Destino Integrador [Mapa]

Esse resultado está diretamente ligado ao processo histórico de crescimento da cidade de Recife, suas características naturais ligadas a relevos, hidrografia, forte presença de rios, manguezais, ilhas, penínsulas, do processo de ocupação, da conurbação com outras cidades, a exemplo de Olinda, e da continuação da orla da praia de Boa Viagem, que culmina já em território de Jaboatão dos Guararapes (Praia de Piedade). Esse contexto impõe tal Configuração Territorial [CT] que está associada às motivações turísticas (principalmente culturais, de sol e praia, e de eventos), e ao incentivo público e privado para uma oferta turística misturada de certa maneira com a vivida pelo residente. Toda essa conjuntura consolida a tese de que estamos tratando de um DESTINO INTEGRADOR – [DI], mesmo considerando os problemas e desigualdades socioespaciais tão presentes na realidade urbana da capital de Pernambuco.

Tal entendimento se alicerça na observação de um *Planejamento Urbano da Cidade* [PUC-C], que permite aos turistas e residentes programações semelhantes de entretenimento, e de uma *Ação Pública e Privada sobre o Turismo* [APPT], que estimula em certa medida o encontro, a cultura local e elementos naturais, adotando uma diversidade de tipos de turismo associada à pluralidade de práticas de lazer residente. Fica entendido que a área estudada em diversos âmbitos sofre de sérios problemas estruturais, mas que de alguma maneira se aproxima da análise de Maccannel (1999, p. 169). Autor que ao vislumbrar uma cidade turística adequada, acredita que:

a integração final do turismo para a comunidade local ocorre quando as pessoas locais descobrem a conveniência e desejo de usar instalações projetadas originalmente para turistas (vice-versa). [...] Os sistemas de transporte podem ser concebidos de modo a serem convenientes tanto para os turistas como para os locais: os ônibus e estações urbanas nas atrações e nas lojas de departamento. Pontes e rodovias cênicas podem e devem ser elementos funcionais que ligam casa e trabalho, e, ao mesmo tempo, atrações (tradução própria).

Características essas que, mediante a análise realizada, permite identificar no destino Recife, motivações, atrações, deslocamentos e permanências que abrem as portas para a entrada do turista, e lhe permite percorrer caminhos (nem sempre perfeitos) dentro da cidade-cenário.



5. NATAL-RN: Uma cidade marcada pelo processo socioespacial de turistificação segregadora (DS-F)



5 Natal-RN: Uma cidade marcada pelo processo socioespacial de turistificação segregadora [DS-F]

A data de 25 de dezembro de 1599 marca a fundação da cidade de Natal-RN, que tem seu início marcado pela construção portuguesa da Fortaleza dos Reis Magos, obra iniciada ainda antes da fundação da cidade, em 06 de janeiro de 1598 – dia dos Santos Reis Magos (feriado festejado ainda hoje na cidade).

A edificação portuguesa com fins militares erguida no encontro do Rio Potengi com o oceano atlântico (Figura 88) surge no período das Coroas Ibéricas (1580-1640), servindo como local estratégico de defesa de território (disputado por indígenas e reinados europeus), mas também como fluxo e escoamento de mercadoria das navegações portuguesas ainda no século XVI, quando havia forte presença dos índios potiguares (estes que foram bastante resistentes à presença portuguesa – Cascudo, 1984).

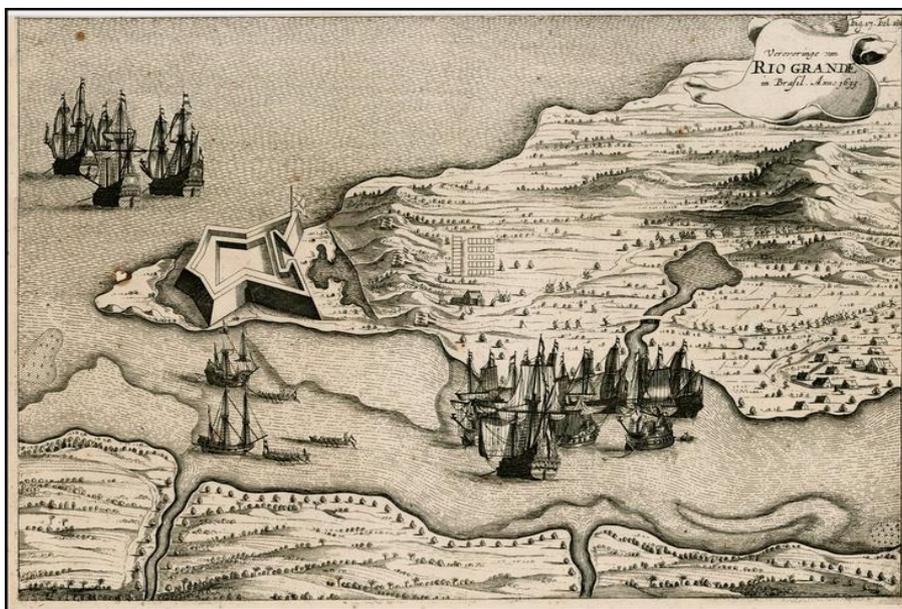


Figura 89. Cartograma de Natal no século XVII (Fortaleza dos Reis Magos) de Câmara Cascudo, 1980

Os indígenas potiguares – assim como outros nativos de tribos litorâneas e do interior do estado do RN (Capitania do Rio Grande, na época) – ao longo dos anos foram perdendo batalhas e sendo expulsos em uma frente lusitana de tomada de território, resultando em um processo de êxodo para outras regiões do nordeste, adaptação coercitiva e miscigenação. Além disso, aponta-se também a vitimização em barbáries de extermínio (exemplo – “Guerra dos Bárbaros” ou “Conferência dos Cariris”) protagonizadas pelos colonizadores. Período esse que conta também com a presença e participação de exploradores vindos da França, Espanha e Holanda (Trindade, 2010).

Os primeiros séculos da sede do Rio Grande (nome dado em referência ao rio Potengi, em cujas margens foram erguidos os primeiros sítios da cidade e igreja) foram marcados por uma trajetória tímida de progresso e expansão (Costa, 2000). A cidade funcionou basicamente como ponto estratégico de comando, proteção e domínio do território pelos colonos lusitanos. Condição que, associada a questões econômicas, atribuiu a Natal baixa visibilidade e influência na gestão dos primeiros séculos do Brasil Colônia.

No que se refere a ciclos econômicos, inicialmente Natal apenas se apresenta com vocação para ponto de comando militar, e depois também como local de recebimento e emissão de mercadorias (destaque para o porto localizado às margens do Rio Potengi – Bairro da Ribeira - Andrade, 1995) vindas de outras regiões do estado, com a cana-de-açúcar, pecuária, minério e sal, fruticultura, pesca, petróleo e cotonicultura. Ciclo econômico esse último que marca o surgimento da região metropolitana de Natal como polo da indústria têxtil nos idos do século XX.

Apenas nas últimas décadas do século XX, o fenômeno turístico passa a ser visto como um vetor econômico importante no contexto da economia local, que anteriormente estava alicerçada basicamente no comércio local e regional, na prestação de serviços, públicos principalmente, e no desenvolvimento da indústria têxtil (que sinalizava passar por uma crise no fim do século) (Silva, 2011, p. 54).

A expansão do turismo a partir dos anos 1960 (com a criação do Hotel Reis Magos, por exemplo), e com mais ênfase nos anos 1980, ocorre a partir de projetos públicos e investimentos privados que auxiliaram na estruturação e consolidação do destino (vias/exemplo da Via Costeira²⁸, avenidas, pontes, calçadões, modernização de aeroportos, isenções fiscais e incentivos para a criação de hotéis de luxo, entre outras ações). Esse cenário gerou forte impacto na produção do espaço citadino (Figura 89), tornado Natal e entorno um dos destinos mais visitados pelo turista doméstico brasileiro. Eleita pela quinta vez em 2016 como o melhor destino turístico brasileiro, de acordo com a Associação de Agentes de Viagem Independentes de São Paulo [AVIESP], a cidade tem seu reconhecimento em decorrência do turismo de motivação sol e praia oferecido.



Figura 90. Panorama da cidade de Natal-RN (Ponte Newton Navarro)

Fonte: Site canindesoares (2017)

²⁸ No final dos anos 1970, dá início ao Projeto Parque das Dunas Via Costeira. “Mesmo considerada uma obra polêmica ambiental, social e economicamente, é inaugurada a emblemática Via Costeira (elaborado pelo decreto n° 7.538 – Figura 4). Essa obra liga através de uma estrada litorânea o centro da cidade de Natal e a praia de Ponta Negra. Para além da estrada, o projeto contava com incentivos para a construção de um polo de hotéis de luxo à margem da via, que se localizava em área de preservação ambiental – Parque das Dunas” (Silva, 2011, p. 59).

Em números, Natal conta com uma área de 167,264 km² e cerca de 877.662 habitantes (IBGE, 2016), sendo ela cortada e erguida às margens do rio Potengi, contando também com outros rios de menor porte, como o Pitimbu. A vegetação que se apresenta na grande Natal se constitui de mata atlântica de transição, adaptada a característica dunar de parte do litoral, que conta com “praias que, em parte, compõem o cenário do produto turístico conhecido nacional e internacional como *Cidade do Sol*” (Silva, 2011, p. 55).

Natal é uma cidade turística que também sofre de problemas estruturais latentes, como entraves nas áreas de saúde, saneamento, educação, e segurança pública. Preocupantes são os dados da área de saúde, a exemplo da baixa *Cobertura populacional estimada pelas Equipes Básicas de Saúde* (IDSUS, 2011). A cidade também possui um déficit habitacional com carência de 140.000 moradias, segundo a própria Companhia Estadual de Habitação (Cehab, 2015). O seu tratamento de esgoto chega a apenas 27,3% da população, de acordo com Instituto Trata Brasil (2015), ocupando a 76^a posição entre as 100 cidades estudadas. A cidade possui baixa qualidade de seu ensino público, de acordo com o IDEB (2015), e no Mapa da Violência (2014) mostra um aumento em 490,5% no número de homicídios por arma de fogo em apenas uma década.

Apesar dessa problemática realidade cotidiana, na égide do turismo Natal vem transformando-se espacial e socialmente de maneira bastante rápida, resultado da necessidade de adequação à pressão dos:

Processos socioeconômicos de âmbito global, especialmente quando se trata da atividade turística fundamentada na diferenciação, no uso e no consumo do território. Nesse contexto, ressalta-se a valorização do espaço litorâneo do Nordeste brasileiro (inclui a cidade de Natal), que, a partir dos anos 1990, começou a atrair investimentos internacionais motivados por políticas públicas de turismo implementadas na região ([grifo meu] Ferreira; Silva & Fonseca, 2009, p. 117)

Ao longo das últimas décadas, a consolidação do turismo como principal gerador de divisas da Cidade de Natal, promoveu – para além de uma reestruturação física – alterações

na dinâmica socioespacial da cidade. Nessa realidade as regiões da Praia de Ponta Negra e Via Costeira tornaram-se espaços de maior investimento e alterações como foco no fluxo turístico, e por isso apareceram repetidamente nas análises desta secção.

Secção esta que busca identificar indícios (mediante análise de conteúdo de 15 experiências de viagem) de que o fenômeno turístico gera forte impacto na economia e na configuração territorial da cidade, que sofre inserção “no mercado nacional e internacional do turismo (...) ao longo das três últimas décadas” (Lopes & Ferreira, 2013, p. 194). Tais mudanças, estruturas, espaços e dinâmicas, podem estar criando também espaços de segregação, de isolamento turístico, diante da vida cidadina de Natal – cidade que será estudada a seguir junto a seus dois municípios litorâneos vizinhos: Extremoz e Parnamirim.

A) Mobilidade do Transporte Urbano [PUC-C] \neq Mobilidade do Transporte Turístico [APPT]

Seguindo a mesma estrutura da secção anterior, esta etapa da pesquisa se debruça sobre a paisagem representada na experiência turística agora de Natal-RN. Para tanto, é preciso deixar mais uma vez claro que a análise aqui não tem pretensão de aprofundar-se na gestão pública, em questões de políticas de planejamento de mobilidade executados na cidade de Natal e em seus municípios limítrofes e litorâneos que aparecem nessa representação turística (Extremoz ao norte e Parnamirim ao sul). O que se quer é recair sobre a imaginação geográfica edificada nas mentes dos visitantes e que acabam por se desdobrar nessas questões.

A proposta inicialmente é compreender como o turista se movimenta e interage com o destino, destacando os índices de *Mobilidade do Transporte Urbano* e *Mobilidade do Transporte Turístico*, que estão respectivamente associados às dimensões de Planejamento Urbano da Cidade-Cenário [PUC-C] e à Ação do Poder Privado [APPT].

Quanto à *Mobilidade do Transporte Urbano*, aspecto que através do índice mostra as vias, os veículos, a força motriz e os terminais disponibilizados para o deslocamento citadino, o que se observa é a utilização de serviço do ônibus interurbano pelo morador. Esse modelo de transporte foi registrado apenas por uma turista que, no momento em que atravessa a Ponte Newton Navarro em uma van, depara-se com um ônibus público interurbano em sentido contrário (Vídeo 02/ Figura 90). Outro momento da representação de um transporte interestadual estacionado também acontece quando em ponto de ônibus de trecho do litoral sul (Pium – município de Parnamirim – Vídeo 20) um ônibus estaciona. Em ambas as situações o veículo encontrava-se em área funcional turística.

Diante da brevidade com que aparece nos vídeos, as características dos veículos não puderam ser evidenciadas. E quanto à estrutura de pontos de ônibus, nenhuma delas pôde ser representada, evidenciando sua ausência no Centro de Cultura Espacial e Informações Turísticas da Barreira do Inferno²⁹, onde o ônibus para em local sem qualquer abrigo, o que pode conotar uma carência dessa estrutura em outras áreas turísticas também.

²⁹ Memorial da vocação aeroespacial da região, onde o visitante tem a oportunidade de conhecer o acervo e ter informações sobre o tema, com destaque para a trajetória da “Base de Lançamentos de Foguetes – Barreira do Inferno”, onde o centro fica localizado.



Figura 91. Rápido e único registro do sistema de transporte urbano de Natal-RN - Vídeo 02[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Percebe-se, então, que nas outras 13 experiências de viagem turística analisadas sobre o destino Natal, o transporte público usado por residente parece não ocupar espaço na imaginação e nos locais de circulação turística. Além disso, nenhum dos vídeos sinaliza o uso de transporte rodoviário urbano (como também o ferroviário) pelo turista. Em todos os registros ficou clara a utilização de vans ou ônibus fretado para o turismo, serviços de táxi (Vídeos 05, 08, 10, 13 e 17), carros locados, carros particulares.

Poucos são os registros que mostram a dinâmica do tráfego urbano na cidade de Natal (praticamente apenas o fluido movimento de carros na orla da Via Costeira da cidade, além de trechos do bairro turístico de Ponta Negra e da Praia do Meio). Os tráfegos que aparecem evidenciam vias pavimentadas, faixas de pedestres, semáforos, calçadões com acessibilidade (Vídeos 06 e 13/Figura 91), além de placas de sinalização do trânsito (indicação, advertência e regulamentação), e áreas amplas de estacionamento público (Vídeos 02 e 14), observadas em projeto da Praia do Meio, e em alguns espaços da orla de Ponta Negra (vaga exclusiva para buggies – Vídeo 04/Figura 92).



Figura 92. Início da “Rota do Sol” no Bairro de Ponta Negra - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

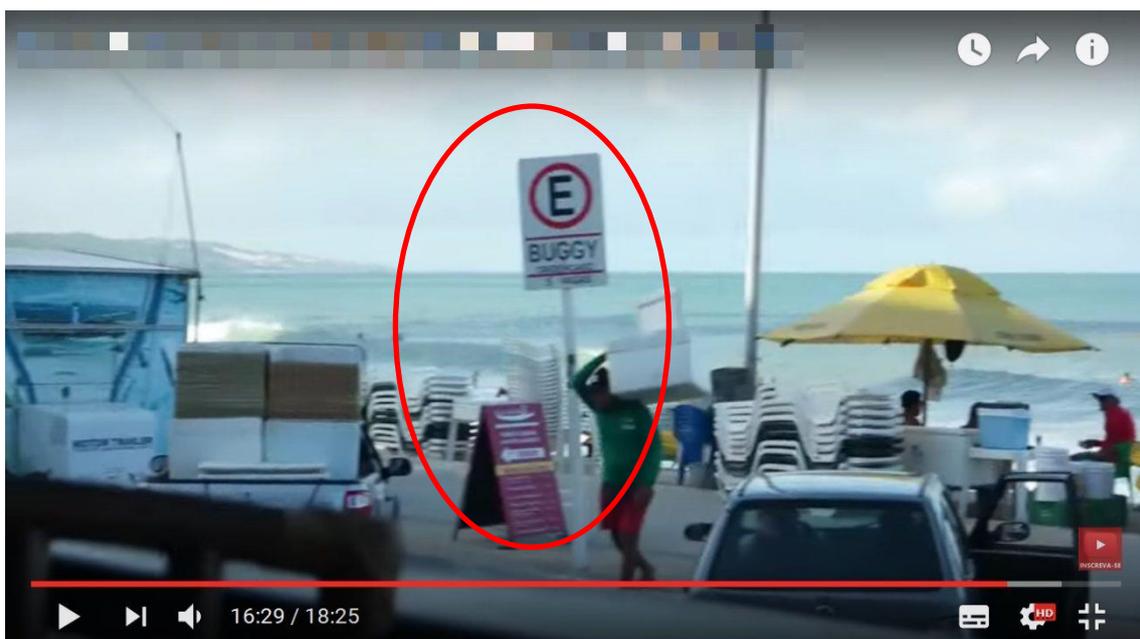


Figura 93. Vaga exclusiva para buggies turísticos - Vídeo 04 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Essa incipiente representação do deslocamento urbano rodoviário aos olhos do turista, associada a sua estrutura de mobilidade, denota predisposição ao seu não uso, dada a forma como o trade pode estar trabalhando essa separação turista e residente, inclusive no tocante

ao transporte. Essa baixa observação pode revelar também a ineficiência do serviço de transporte público (poucas linhas e horários de ônibus), dificultando o acesso de residentes à área funcional de interesse turístico (dado representado mais à frente), como também pela baixa frequência de vídeos que mostram o turista circulando fora do perímetro turístico e nunca em transporte coletivo público.

Isso pode apontar um indício de segregação do visitante diante de outras partes da cidade – e da inexpressiva presença do residente em área turística. Não por coincidência, o único registro de ônibus urbano acontece no perímetro em que o turista passa por bairro de população com baixo poder aquisitivo, região popular da Praia do Meio, onde normalmente o grande público turístico não se concentra – apenas passa.

Ou seja, o residente através do transporte público, penetra timidamente na área turística. Mas o turista – com baixa autonomia no seu deslocamento (normalmente guiado por agências, recepcionistas de hotéis, guias de turismo) – não o faz na área citadina. E quando avança, não utiliza o transporte público (e sim ônibus turísticos para city tour – Vídeo 01/Figura 93).



*Figura 94. Modelos de ônibus de agências de receptivo - Vídeo 01[Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*

Apesar dessa circulação guiada, quando se trata de deslocamento na condição de pedestre, algumas questões se alteram. Dentro da área funcional turística (Praia de Ponta Negra, Via Costeira, além da representação pontual das Praias de Miami, Areia Preta, Praia do Meio e dos Artistas – Vídeos 12 e 14), observou-se alguma autonomia no deslocamento por parte dos moradores (caminhadas ou corridas) e do turista (em momento de lazer) na faixa de areia ou no calçadão (principalmente de Ponta Negra, além da Praia de Areia Preta – próximo ao letreiro “Amo Natal” – Vídeo 14 e 06/Figura 94).



Figura 95. Residente faz caminhada na praia urbana de Areia Preta - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Não são representadas claramente ciclovias sendo usadas nos vídeos, apesar do reconhecimento desse tipo de espaço nas praias dos Artistas, do Meio e do Forte, e na extensa Via Costeira/Av. Dinarte Mariz (cerca de 10 km de extensão – porém pouco arborizada e inóspita – Vídeo 06/Figura 95). Via essa que recebe um projeto dominical que interdita parte da avenida para a passagem de carros e permite a circulação de pedestre (residente e turista) em passeios de bicicleta, skate, patins, ou simplesmente caminhando. Apesar disso – mesmo diversos vídeos registrando fortemente a imagem da Via Costeira – em nenhum momento representou-se o uso da ciclovia por residente ou turista, ou realização desse projeto, intitulado “Cidade Viva”. Tal dado pode apontar um incipiente uso da área para esse fim tanto por parte do turista como do residente.

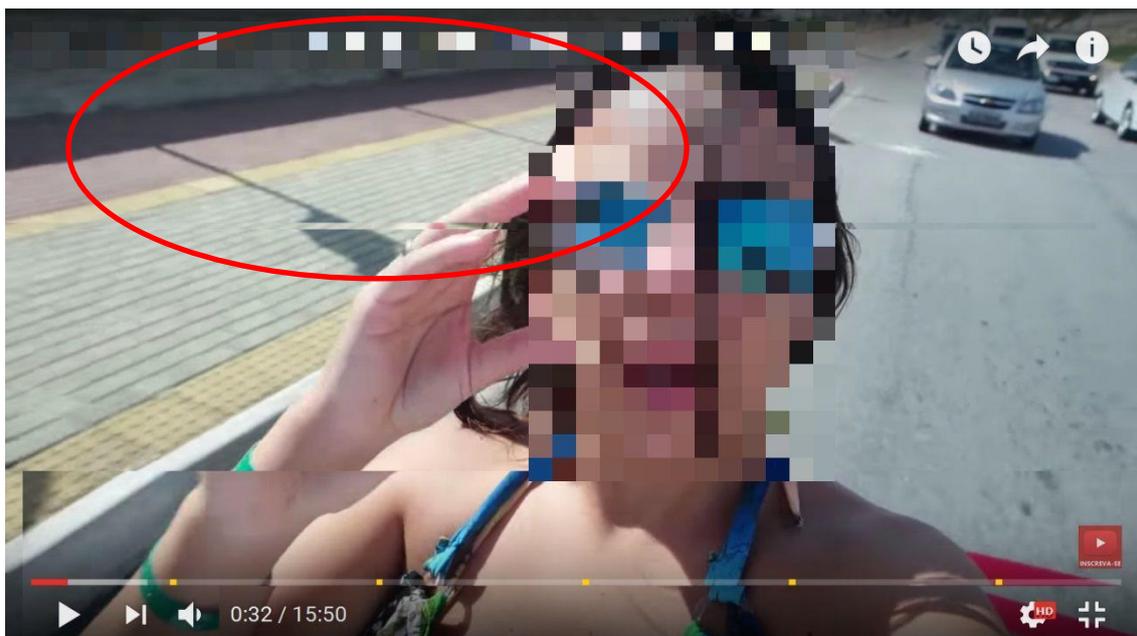


Figura 96. Ciclovia na Via Costeira de Natal-RN - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Com relação ao acesso para pessoas com deficiência, o vídeo 04 mostra placas de sinalização indicando estacionamento exclusivo para cadeirantes na orla de Ponta Negra, como também em alguns outros espaços, como o de apoio ao atrativo Cajueiro de Pirangi (município de Parnamirim), que também evidenciou essa preocupação.

Além disso, destaca-se a sinalização turística presente na área de Ponta Negra (a exemplo dos Vídeos 06 e 11/Figura 96), com placas (indicativas de sentido, de identificação de atrativo e de distância) padronizadas de acordo com o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001). Essa estrutura permite ao turista ou residente (apesar de pouco evidenciada sua permanência na área de interesse turístico) maior fluidez na circulação pelas regiões vocacionadas para o turismo. Mesmo assim, no vídeo 12, a turista mostra-se irritada com a dificuldade do seu grupo de sair com o carro locado do aeroporto e chegar com brevidade e sem “atropelos” na Via Costeira da cidade.

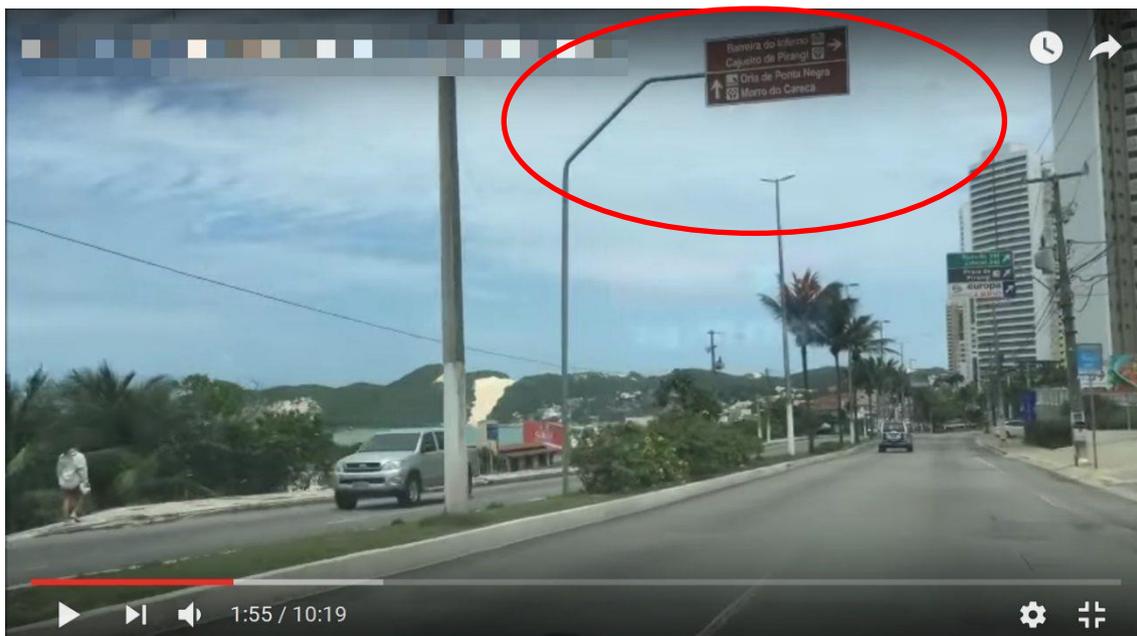


Figura 97. Placa de sinalização turística - Vídeo 11 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

Quanto à modalidade de transporte aquaviária, que ajuda a compor a paisagem litorânea tão presente na imaginação da cidade-cenário de Natal, ressalta-se as pontuais aparições de embarcações utilizadas pelos moradores como transporte de pescado (imagens distanciadas e sem contato) em Ponta Negra Entretanto, frequência maior está no litoral norte do estado (Vídeo 09 – distrito de Mururu – Município de Ceará-Mirim que não está incluso na área da pesquisa).

Enquanto meio de acesso (portão de entrada) ao espaço urbano da cidade estudada, aprecia-se o sistema aéreo de uso civil, com o Aeroporto Internacional Aluísio Alves (localizado na cidade vizinha de São Gonçalo do Amarante – cerca de 35 km de distância da região turística de Ponta Negra), o qual é usado por residentes e turistas. Nessas representações paisagísticas do aeroporto (Figura 97), observa-se um terminal aéreo moderno, padronizado e com sinalização interna bilíngue, além de área de compras e praça de alimentação. Dos vídeos selecionados, apenas duas experiências de viagem em seus acessos à cidade não utilizam tal modalidade (Vídeos 13 e 21 – carro próprio).



Figura 98. Chegada ao Aeroporto de São Gonçalo do Amarante-RN - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

É preciso enfatizar que alguns vídeos mostram as viagens ocorrendo no horário noturno, o que, como mencionado anteriormente (secção anterior), sugere a possível busca por tarifas mais baratas, como também a necessidade de uso de serviços de deslocamento mais rápido e seguro até o meio de hospedagem – considerando que o horário inibe o uso de ônibus interurbano (que já não é utilizado pelo turista selecionado), como serviço de táxi (visível em alguns vídeos – serviço de transfer em táxis/Figura 98, vans e ônibus fretado).



Figura 99. Serviço de traslado até o Aeroporto de São Gonçalo do Amarante-RN - Vídeo 08 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Antes de analisar a Mobilidade do Transporte Turístico, é preciso chegar a algumas considerações que podem colaborar com a ideia de segregação do turista na cidade de Natal. Tem-se em vista que o turista não utiliza o transporte público, e muito incipientemente se desloca para fora da área turística (Vídeos 01 e 14). Ou seja, se beneficia de alguma maneira das obras e sistemas ordenados de mobilidade focalizados nas áreas funcionais de interesse turístico – avenidas, viadutos, Ponte Newton Navarro (Vídeos 01, 02, 06, 09, 10, 11, 12, 14, 15 e 19/Figura 99), sinalização de trânsito, áreas de estacionamento, calçadões. Obras que são empregadas para quem se desloca exclusivamente dentro da área turística – e não necessariamente fora do eixo de visitação.



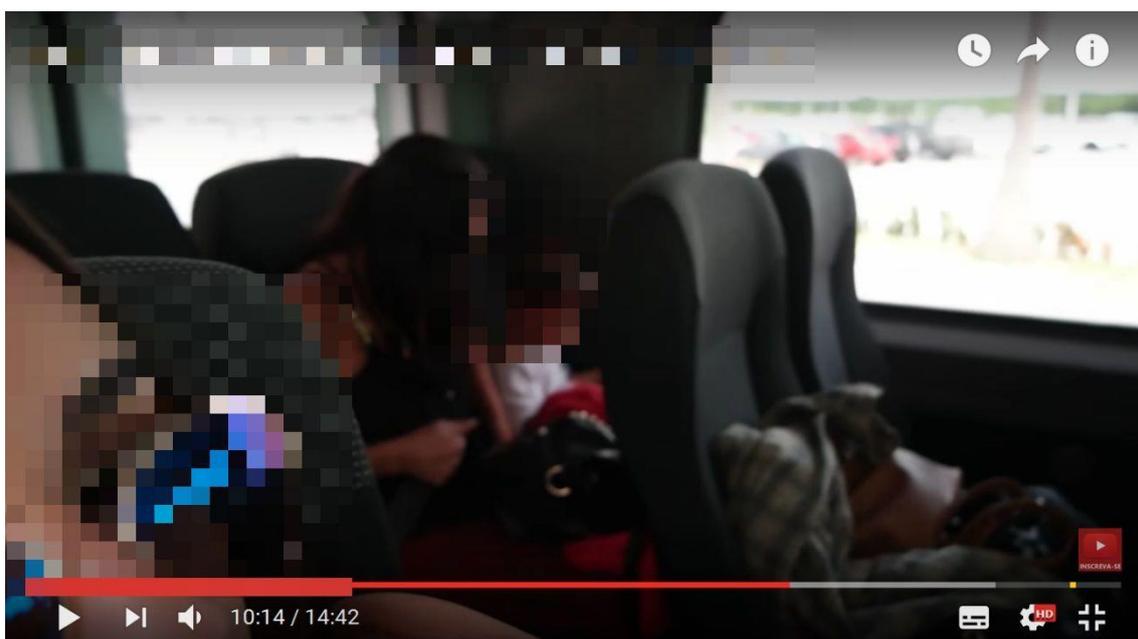
Figura 100. Turistas cruzam a Ponte Newton Navarro no sentido litoral norte - Vídeo 19 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Avançando na análise, envolvendo agora *Mobilidade de Transporte Turístico* (conexo e adicional à mobilidade urbana), os registros representam o deslocamento de turistas sempre acompanhados: casais, grupo de amigos, famílias e excursões. Para atender a esses formatos, serão aqui apontadas duas submaneiras: meios de deslocamento até o destino/atrativo turístico; deslocamento como atrativo turístico (o passeio e o veículo são os atrativos).

As formas de deslocamento até o destino Natal, e a atrativos próximos (ou ainda para áreas funcionais turísticas fora do perímetro estudado) apontam – como já mencionado – o sistema aéreo (13 experiências), mas também outras maneiras também já citadas. Salientam-se deslocamentos rodoviários, como: uso de veículos próprios particulares (Vídeo 13 – Figura 100) ou locados (Vídeos 12 e 20), mas massivamente a utilização de ônibus (Vídeos 01 e 04) ou vans de turismo (vídeos 02/Figura 101, 04 e 10) fretadas para excursão (como já mencionado) e buggies para passeios em dunas.



*Figura 101. Viagem em veículo próprio com uso de GPS - Vídeo 13 [Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>*



*Figura 102. Van realiza traslado do aeroporto até a Via Costeira de Natal-RN - Vídeo 02
[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*

Esses usos apontam para a baixa autonomia por parte do turista, que tem sua experiência orquestrada pelos seus condutores, que determinam onde parar, o que fazer,

quanto tempo permanecer e em qual companhia. Quanto a esse controle, no Vídeo 10, a turista, decepcionada, desabafa:

- Todos os passeios que eu e minha mãe temos feito foram passeios encomendados por uma agência daqui mesmo de Natal [...] É um lado muito ruim de você fazer esses passeios turísticos. Porque você faz a hora que o roteiro mandar, sabe?! Se ele mandar você ficar meia hora, você fica meia hora, porque se não a van segue viagem.

Em outro momento, no vídeo 09, a turista entra no buggy e pergunta repetidamente o que ela fará naquela manhã, sem ter aparente noção da programação preestabelecida pelo bugueiro, que certamente determina locais de parada para banho e contemplação, almoço, compras. Essa realidade colabora com a ideia de isolamento (Azevedo et al., 2013a), tendo em vista que o guia de turismo, bugueiro ou agente de viagem, atua comercialmente com foco no lucro, o que pode vir a inibir a espontaneidade do encontro do turista com a cidade que visita. Mostra-se o que é produto pronto e orquestrado, que gera comissão, possivelmente sem maior preocupação com o aprofundamento na relação do visitante com o visitado, do turista com a antagônica paisagem urbana, com a cidade.

Ainda referindo-se ao deslocamento até os atrativos do destino Natal, percebe-se que o deslocamento ocorre normalmente associado a alguma empresa turística (ônibus, micro-ônibus, vans). E é justamente quando a condução não é feita por esse tipo de empresa (deslocamentos em carro locado ou próprio), que as atividades e locais visitados fogem do tradicionalmente comercializado pelos guias, agentes e bugueiros (Praia de Cotovelo e trilhas de Pium – Parnamirim/Nísia Floresta – Vídeos 12 e 14, respectivamente).

Esses veículos (guiados, locados ou próprios) foram utilizados para alcançar os municípios turísticos vizinhos inclusos na pesquisa: municípios de Extremoz (Praias de Santa Rita, Jenipabu, Barra do Rio, Graçandu, e Pitanguí, além de Lagoa de Pitanguí) e Parnamirim (Distrito de Pium/Centro de Cultura Espacial, Praia de Cotovelo e Pirangi/Parrachos e Cajueiro).

Porém, expressivamente, observou-se visível distanciamento do território de Natal e entorno, com a ida do turista (em ônibus turísticos, táxis, vans, carros locados ou próprios) a lugares distantes da cidade de Natal (entendendo o destino de “maneira elástica”), corroborando a tese de que o turista pouco permanece na cidade e dessa maneira pouco dialoga com sua paisagem, passando grande parte de seu tempo realizando passeios em praias muitas vezes isoladas em regiões de difícil acesso e na companhia de outros turistas, seus guias e bugueiros.

Abaixo, tem-se locais à margem da pesquisa (Mapa 04/ Figura 102), mas que são comumente visitados:

- Litoral Sul: Praias de Pipa, do Amor, Madeiro, Cacimbinhas e Laguna Guarairás (município de Tibau do Sul); Barra de Cunhaú e Praia da Restinga (município de Canguaretama); Praia de Tabatinga, Lagoas de Arituba, Alcaçuz, Amarela e Juventude, além do Mirante dos Golfinhos (município de Nísia Floresta); Praia de Sagi e Lagoa da Coca-cola (município de Baía Formosa);
- Litoral Norte: Praia e Lagoa particular de Muriu e dunas, Praia e Lagoa de Jacumã (município de Ceará-Mirim); Parrachos de Maracajaú, Cabo de São Roque e Árvore do Amor (município de Maxaranguape); Barra do rio Punaú (município de Rio do Fogo); Praia de Barreiras, Reserva de Desenvolvimento Sustentável Ponta do Tubarão, e distrito de Diogo Lopes (município de Macau); Península de Galinhos (município de Galinhos); além da cidade de Guamaré.

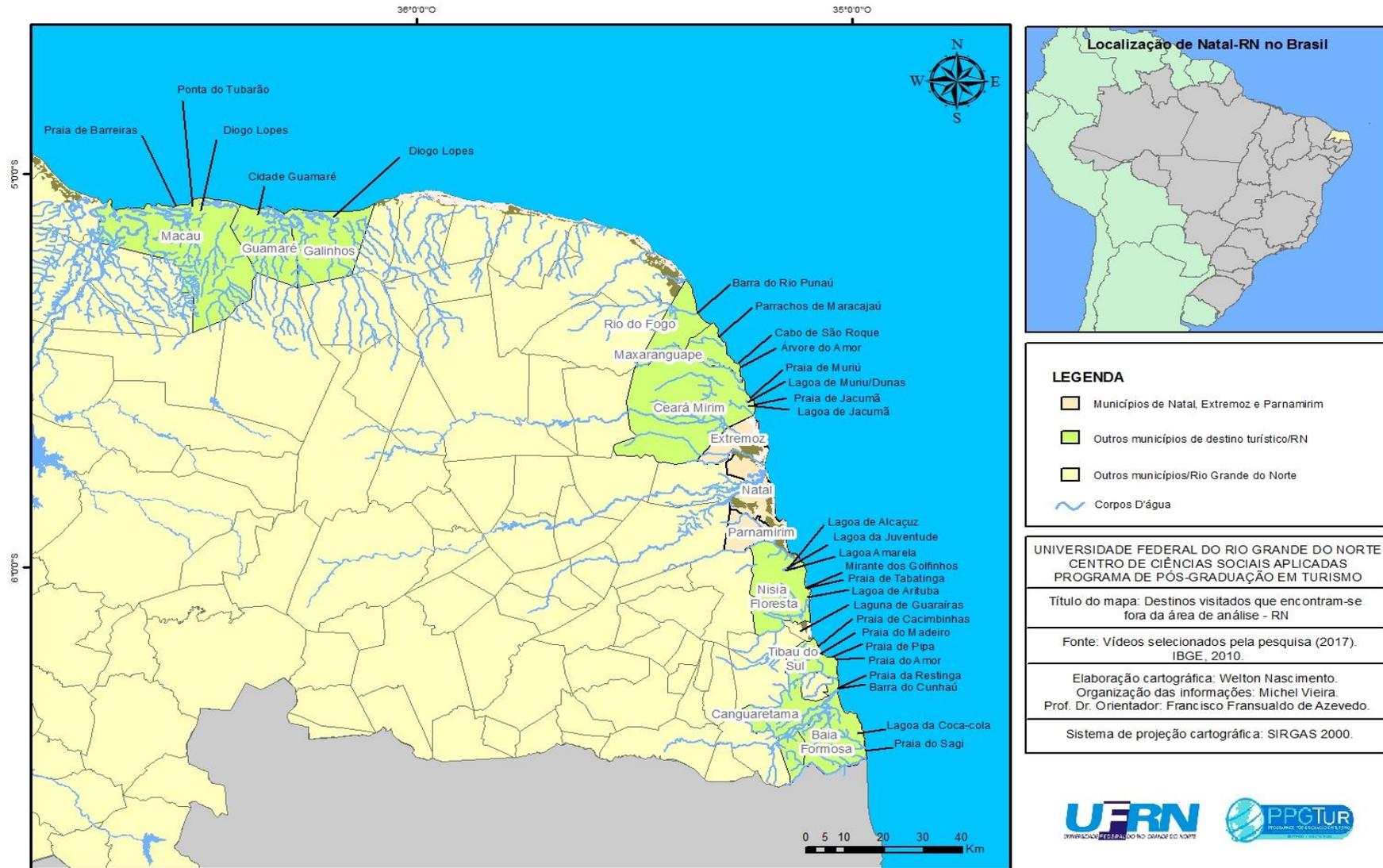


Figura 103. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Destinos visitados que encontram-se fora da área de análise – RN [Mapa]

No que tange aos “transportes como atrativo turístico”, aponta-se a principal representação de atrativo do destino Natal – o “passeio de buggy” (misto de deslocamento e atrativo – evidenciado em 12 das 15 experiências/Imagem 103), que circula “com ou sem emoção” sobre dunas do litoral norte (Jenipabu e Douradas) ou sobre a longa faixa de areia de praias semidesérticas desse mesmo litoral.

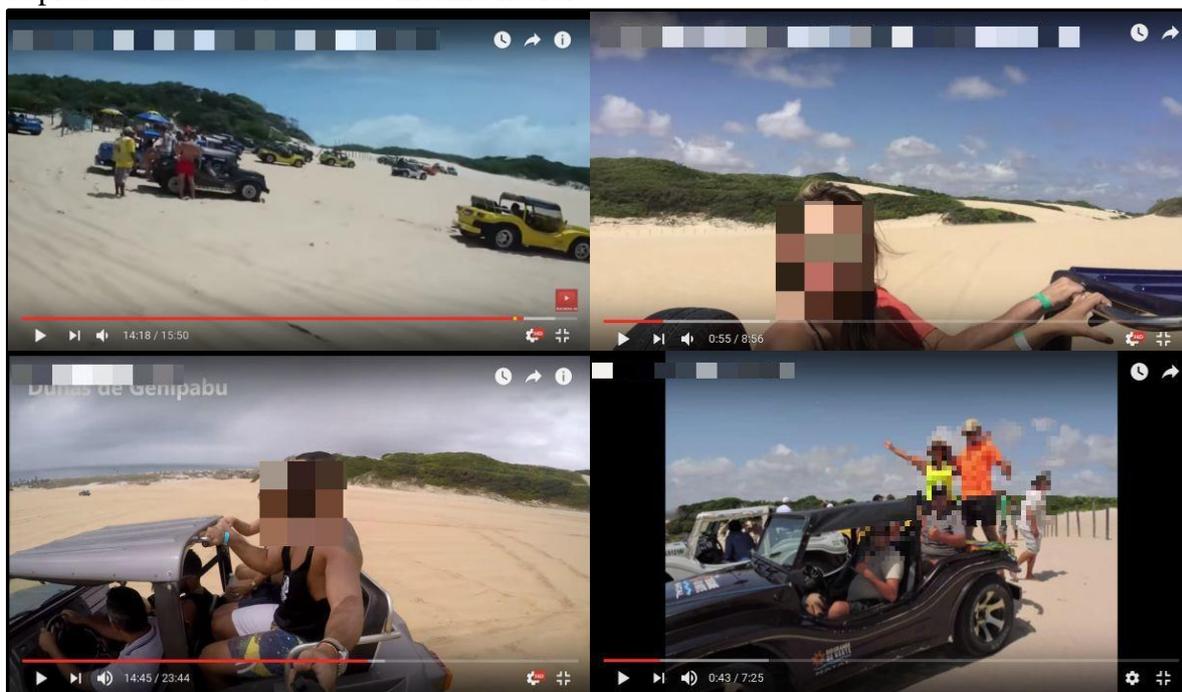


Figura 104. Passeio de Buggy - Vídeos 06, 09, 19 e 20, respectivamente [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Na paisagem ainda é possível verificar descidas de esquibunda³⁰, aerobunda³¹, camicase³², passeios em quadriciclos, charretes, cavalos e jegues enfeitados (vídeo 06 e 09/Figura 104). Em contato com mares e lagoas, o turista conduz caiaques e pedalinhos, além de realizar passeios em jangadas³³. Destaca-se passeio em catamarãs pela orla da praia de Pirangi - e visita a seus parrachos (Parnamirim – Vídeos 01 e 14), como também trajetos em

³⁰ Uma espécie rústica e popular de prancha de *sandbord*, em que o praticante senta sobre a prancha, apoiando os pés na parte da frente do equipamento, e se projeta sobre a descida de uma duna.

³¹ Estrutura em cabo de aço que liga (nos passeios aqui apontados) alto de duna à lagoa ou rio, sendo o praticante afixado ao cabo, descendo rapidamente até cair livremente sobre a água (essa atividade também é conhecida como “tirolesa”).

³² Descida de duna em prancha de isopor, em que o percurso é formado por lona plástica lubrificada por água. O praticante é empurrado duna abaixo, e em alta velocidade chega até lagoa, rio ou mar.

³³ Observou-se também a presença desse tipo de embarcação para uso turístico, mas também de pesca, na praia de Ponta Negra (Vídeo 01).

balsas rudimentares (Praia de Barra do Rio – Extremoz – Vídeos 07, 09, 12, 15, 18 e 20/Figura 105). Todas essas atividades são desenvolvidas mais especificamente para o turista e mediante pagamento.

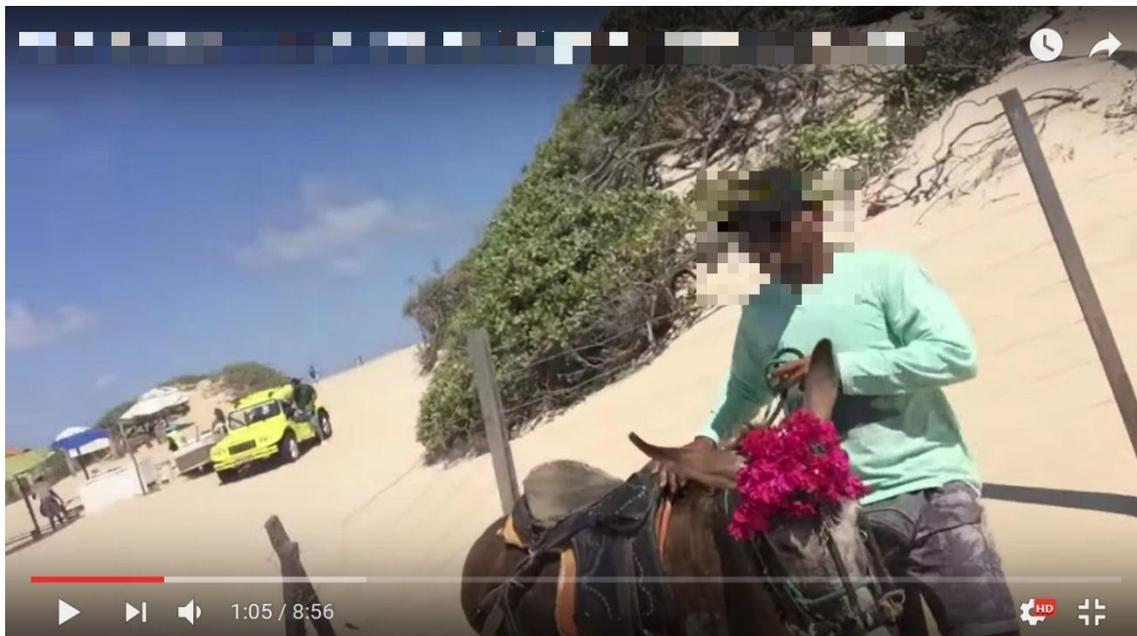


Figura 105. Jegues enfeitados para fotografia e passeio em Jenipabu/Extremoz-RN - Vídeo 09 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 106. Balsa rudimentar na travessia de Barra do Rio/Extremoz-RN - Vídeo 18 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Todos esses dados corroboram com a tese de que Natal permite uma segregação, visto que frequente é o uso de transportes exclusivos para a prática de visitação (como deslocamento e entretenimento). Essa análise deixa claro um certo distanciamento entre visitantes e visitados. Ou seja, a mobilidade de transporte turística pouco se parece com a vivida pelo residente. Questão de distanciamento essa que será amadurecida com outras análises a seguir.

B) Espaços de Lazer para Residentes [PUC-C] ≠ Atrativos Turísticos Visitados e Equipamentos Específicos do Turismo [APPT]

Nessa busca de evidências que confirmam a ideia de uma experiência turística segregada/fragmentada no destino turístico Natal, tal etapa da pesquisa se debruça sobre os espaços de lazer para residentes. A procura agora é por sua presença na programação turística representada nos vídeos selecionados, como também nos equipamentos privados voltados para a demanda visitante e residente. Tal apreciação de índices busca prosperar na hipótese de que os espaços de lazer dos dois grupos (turistas e residentes) em grande parte diferem, podendo ser compreendida a partir, inicialmente, da paisagem extraída de estudo sobre *Espaços de Lazer para Residente [PUC-C]*.

Adianta-se que na cidade de Natal-RN os registros certificam uma imaginação geográfica popularizada e repetitiva entre os turistas, tendo em vista que a maioria das atividades desenvolvidas e dos espaços por onde circulam sejam os mesmos em Natal, Extremoz e Parnamirim.

Nessa semelhança e repetição de experiências turísticas de certo mecânicas, como sugere Crang (2004), os visitantes registraram timidamente espaços onde há uma presença de residentes em seu momento de lazer de maneira espontânea e gratuita. Essa ausência de residentes pode ocorrer devido aos espaços serem normalmente gerenciados ou cujo acesso e atividade estejam vinculados à iniciativa privada de caráter turístico (meios de hospedagem e

sua área de lazer – piscina, sala de jogos, praia “exclusiva”). Pode-se perceber ainda difícil acesso geográfico, e grande apelo (inclusive financeiro) à atividade turística (alta precificação dos passeios comentada no Vídeo 10).

Entretanto, a presença de turistas em espaços com apoio ou gestão do poder público (visivelmente apropriados também por residentes) se concentra principalmente na orla das praias urbanas de Ponta Negra, além das praias centrais de Miami, Areia Preta, dos Artistas; do Meio e do Forte – analisadas a seguir.

Quando se dedica à praia de Ponta Negra (Vídeos 01, 04, 10, 11, 13, 15, 18 e 19), alguns vídeos fazem referência a mais conhecida praia urbana de Natal, destacando representações de espaços públicos de lazer citadino a céu aberto e gratuito, como:

- Faixa de areia e mar (Figura 106) Morro do Careca (Figura 107)
- Calçadão e seus quiosques (mesas e cadeiras à beira-mar)

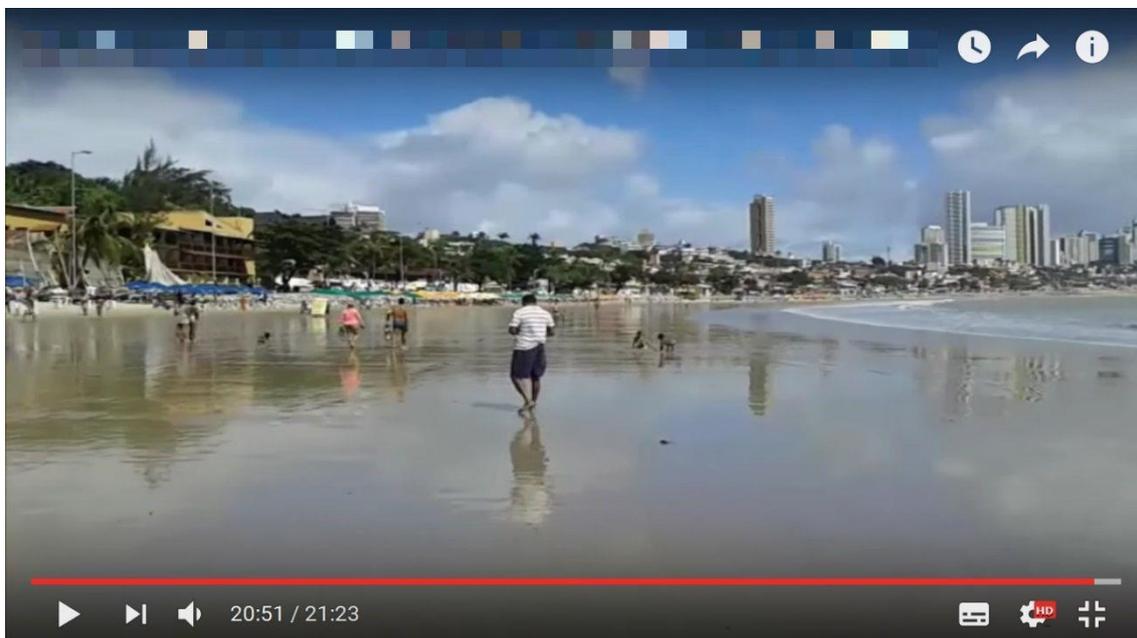


Figura 107. Praia de Ponta Negra - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 108. Morro do Careca em Ponta Negra - Vídeo 18 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No que tange aos espaços edificados e públicos de lazer, apenas dois equipamentos foram apontados (mas que convida ao consumo):

- Feirinha de artesanato na orla e Feirinha na Avenida Roberto Freire.

Quando se refere à orla das pequenas praias vizinhas de Miami e Praia de Areia Preta (Vídeos 06, 09, 12, 14 e 17), e seus espaços públicos de lazer, enfatizam-se:

- Faixa de areia e mar
- Calçadão da praia
- Quanto a espaços edificados, observa-se:
 - Relógio do Sol
 - Letreiro “Amo Natal” (Figura 108)



Figura 109. Letreiro com o nome da cidade de Natal na praia de Areia Preta - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No tocante à praia dos Artistas (Vídeo 02, 14 e 20), os locais públicos ao ar livre para lazer representados foram:

- Faixa de areia e mar
- Calçadão da praia
- Ciclovía
- Ponta do Morcego (Figura 109)



Figura 110. Calçadão da praia dos Artistas com Ponta do Morcego ao fundo - Vídeo 02 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Já em relação a espaço edificado na Praia dos Artistas, nenhum foi evidenciado, apesar de existir na localidade um grande Centro de Artesanato.

Quanto à Praia do Meio (Vídeo 02 e 14), o espaço público a céu aberto é composto por:

- Faixa de areia e mar
- Piscinas naturais (devido aos arrecifes)
- Calçadão da praia (Figura 105)
- Ciclovía
- Campo de futebol

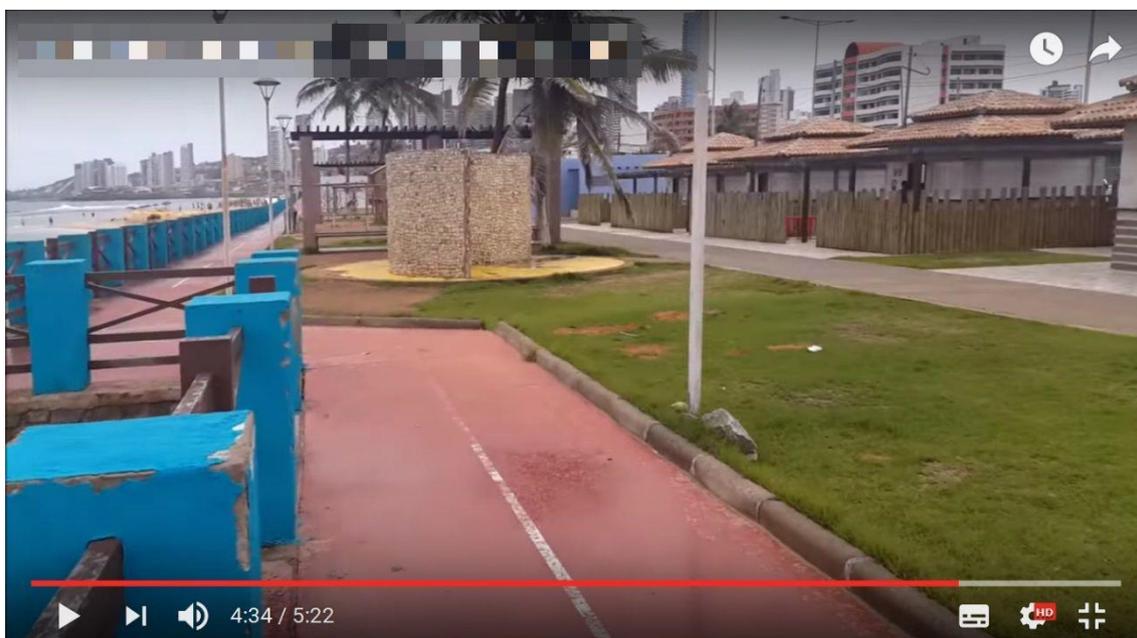


Figura 111. Calçadão da praia do Meio - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No que se refere a espaços edificados, apesar da tradicional estátua de Iemanjá, os vídeos apontaram apenas:

- Playground
- Chafariz
- Monumento à Bíblia Sagrada

Quanto à Praia do Forte, ressaltam-se timidamente na paisagem³⁴ espaços abertos, como:

- Faixa de areia e mar
- Piscinas naturais (devido aos arrecifes)
- Calçadão da praia
- Ponte Newton Navarro

Enquanto edificação, aponta-se a representação da mais importante e antiga construção histórica da cidade, esta que durante todas as 15 experiências turísticas não acusou qualquer evidencia de visitação. Percebeu-se apenas registro externo e distanciado em dois momentos (Vídeos 14 e 20):

- Fortaleza dos Reis Magos (Figura 111)

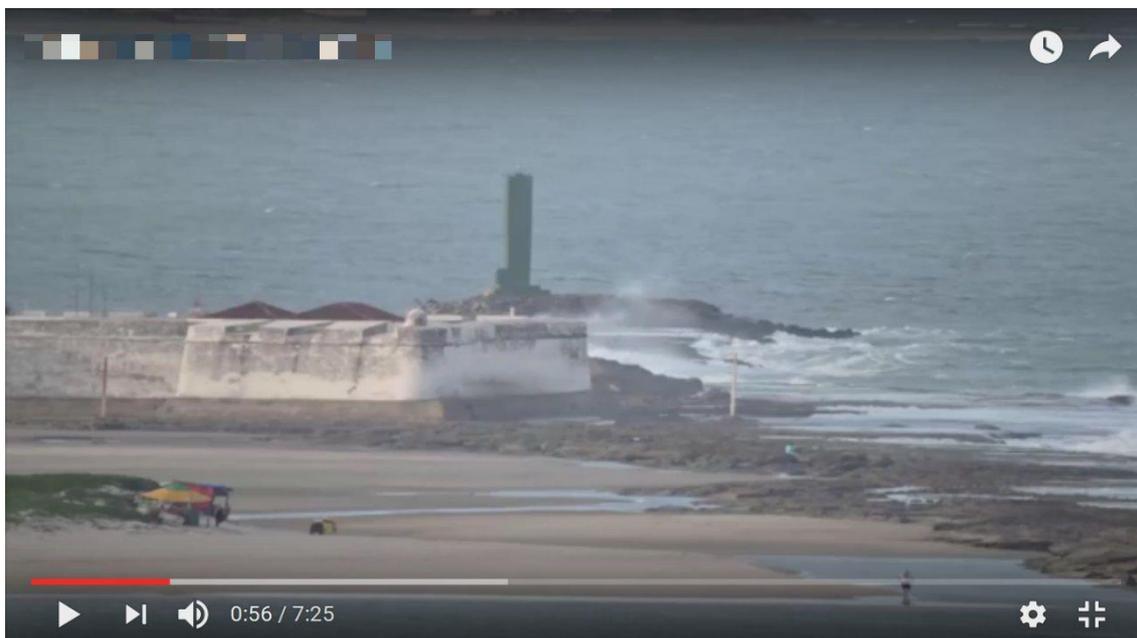


Figura 112. Fortaleza dos Reis Magos - Vídeo 20 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

³⁴ A Praia foi representada em angulação distante quando os turistas subiam a ponte Newton Navarro em direção ao litoral norte e viam a área de cima e de longe, ou quando estavam na Ladeira do Sol.

Ao descentralizar timidamente a experiência turística em Natal, ainda foi possível perceber visita ao bairro de Candelária (Natal Shopping – Vídeo 13) e possível city tour que passou pelo bairro de Petrópolis (representação apenas da Ladeira do Sol – Vídeo 20; Centro de Turismo – Vídeos 01 e 14). Os bairros históricos da Cidade Alta e Ribeira não foram registrados em nenhum momento.

A aparição pontual de apenas dois bairros e em apenas três experiências de viagem permite encontrar mais uma evidência da tese de que a relação do turista com a cidade é ínfima, principalmente porque esses bairros são próximos, quando não vizinhos, das áreas funcionais de interesse turístico. Ou seja, o visitante não avança para além da orla para conhecer os espaços citadinos.

Nos municípios vizinhos (Extremoz e Parnamirim), foram evidenciados alguns espaços e equipamentos públicos onde é possível – porém improvável – a circulação de residentes. Isso se dá pelo fato da atividade turística ser o principal foco desses espaços, e do difícil acesso (por exemplo, áreas dunares onde apenas carros com alta tração conseguem chegar).

Em Extremoz, a paisagem de espaço público é representada por:

- Parte da praia da Redinha (conhecida como “Redinha Nova”)
- Dunas, praia e lagoa de Jenipabu
- Barra do Rio (encontro do rio Ceará-Mirim com o mar)
- Praia de Graçandu
- Praia, dunas (Figura 112) e lagoa de Pitangui (Figura 113)

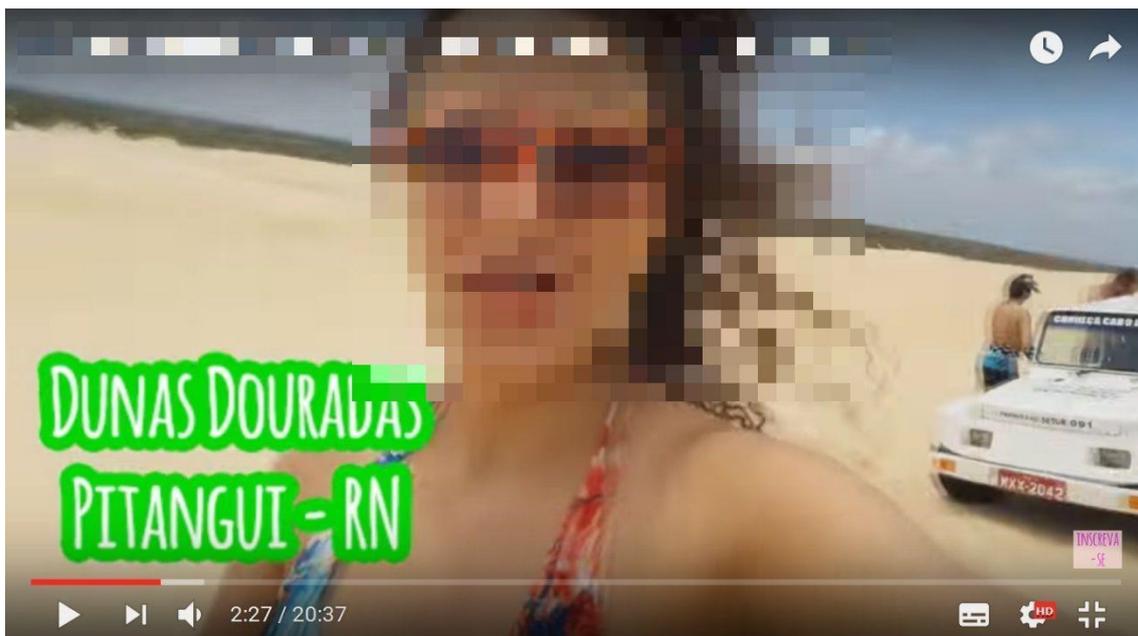


Figura 113. Dunas “Douradas” de Pitangui - Vídeo 10 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 114. Lagoa de Pitangui - Vídeo 09 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

O município de Parnamirim foi representado por espaços públicos de lazer com maior uso pelo residente e também pelo turista, enfatizando:

- Praia de Pirangi (Figura 114)

- Praia de Cotovelo

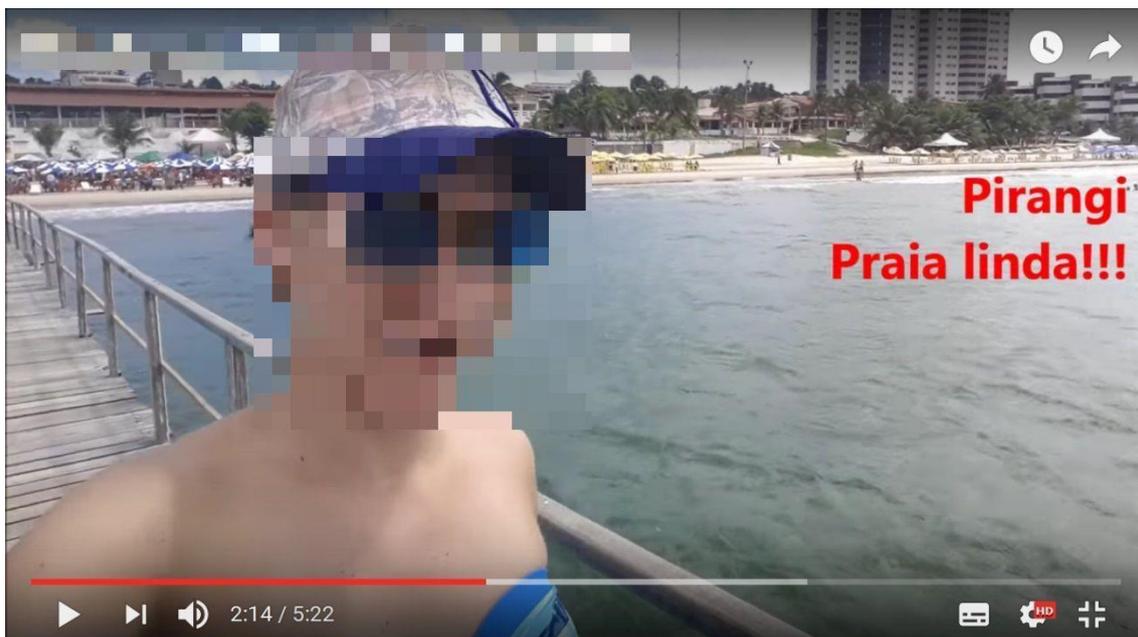


Figura 115. Praia de Pirangi - Vídeo 14 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Para além das praias anteriormente citadas, enfatizam-se espaços edificados e de condição mais turística que residente:

- Cajueiro de Pirangi (espaço de feirinha e mirante – Figura 115)
- Centro de Cultura Espacial e Informações Turísticas Barreira do Inferno

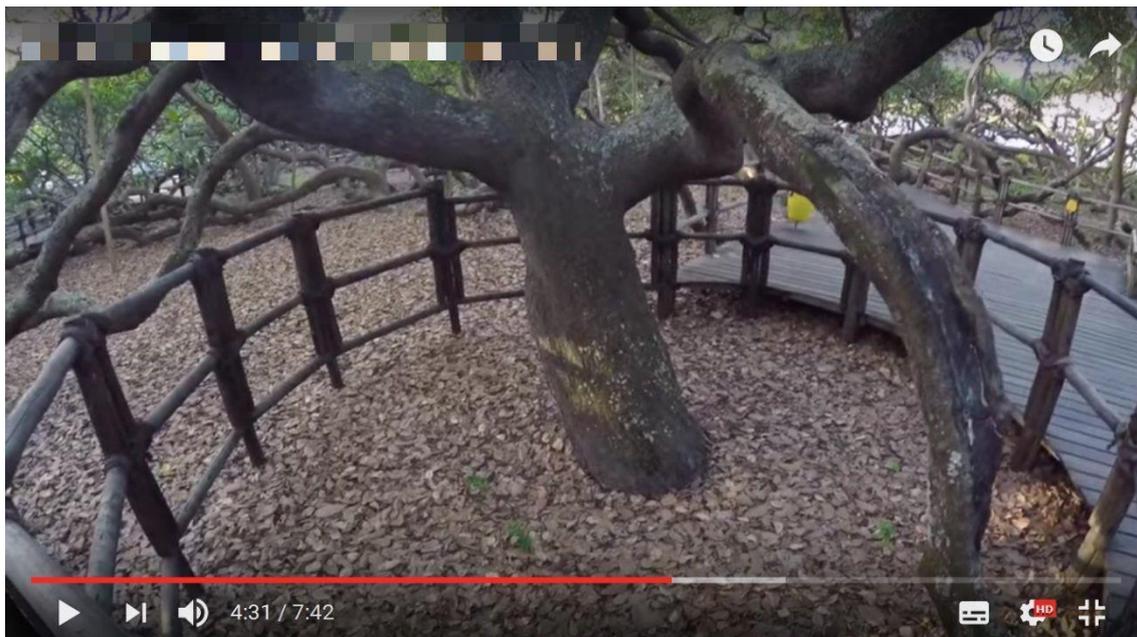


Figura 116. Cajueiro de Pirangi - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Diante da lista exposta, percebe-se menor diversidade e quantidade de espaço público de lazer para residente, tendo a cidade maior oferta na demanda turística. Nesse contexto, observa-se o uso massivo de espaços isolados, inóspitos (os vídeos mostram isso), litorâneos e naturais, ocupando a imaginação geográfica dos turistas que vão à cidade de Natal. Cidade essa que não têm em sua programação evidências de visita a espaços urbanos e históricos, sendo normalmente os locais visitados com forte apelo turístico e com pouco estímulo para o público residente (exceto nas praias urbanas de Ponta Negra, Areia Preta, dos Artistas, do Meio e do Forte – exceto Via Costeira, que tem uma extensão de 10 km de praia “exclusiva” para o turismo de luxo).

Todos esses espaços e edificações anteriormente citados, por aparecerem na experiência do visitante, consolidam-se também como ofertados para o lazer turístico, e compõem os *Atrativos Turísticos Visitados* daqueles que visitam Natal. Além disso, outros equipamentos e espaços da iniciativa privada também fizeram parte dessa composição, estando ligados normalmente ao público infantil ou ao confinamento hoteleiro:

- Aquário Natal (Extremoz – Vídeos 06, 12 e 15 – Figura 116)
- Hotéis da Via Costeira (localizados em região emparedada pelo Parque das Dunas³⁵) – Tais meios de hospedagem de luxo possuem áreas de lazer que auxiliam na exemplificação de enclaves turísticos, ou equipamentos inseridos em bolha turística pelo seu claro isolamento (Krippendorf, 2003) das demais áreas da cidade de Natal. Sua localização (Figura 117) possibilita isolamento da área funcional de interesse turístico, dificultando inclusive o acesso de residentes à faixa de praia. Questão essa observada nos vídeos em que os turistas se hospedam e se divertem confinados em praia semideserta, com aparência de exclusiva, e em áreas particulares de lazer (com presença de hotéis internacionais de rede/ capital estrangeiro - Youell, 2002). Esse confinamento é cênarizado junto à imagem de fundo que é o mar, criando um cartão postal repetidamente ovacionado pelos visitantes. Essa realidade dialoga – aqui logicamente na perspectiva turística – com a ideia de autosegregação, de fragmentação socioespacial, “negando a possibilidade de diálogo entre as diferenças” (Spósito, 2011, p. 142).

³⁵ Reserva florestal de mata atlântica de transição localizada no coração da cidade de Natal, sendo a área protegida e considerada o segundo maior parque urbano do Brasil.

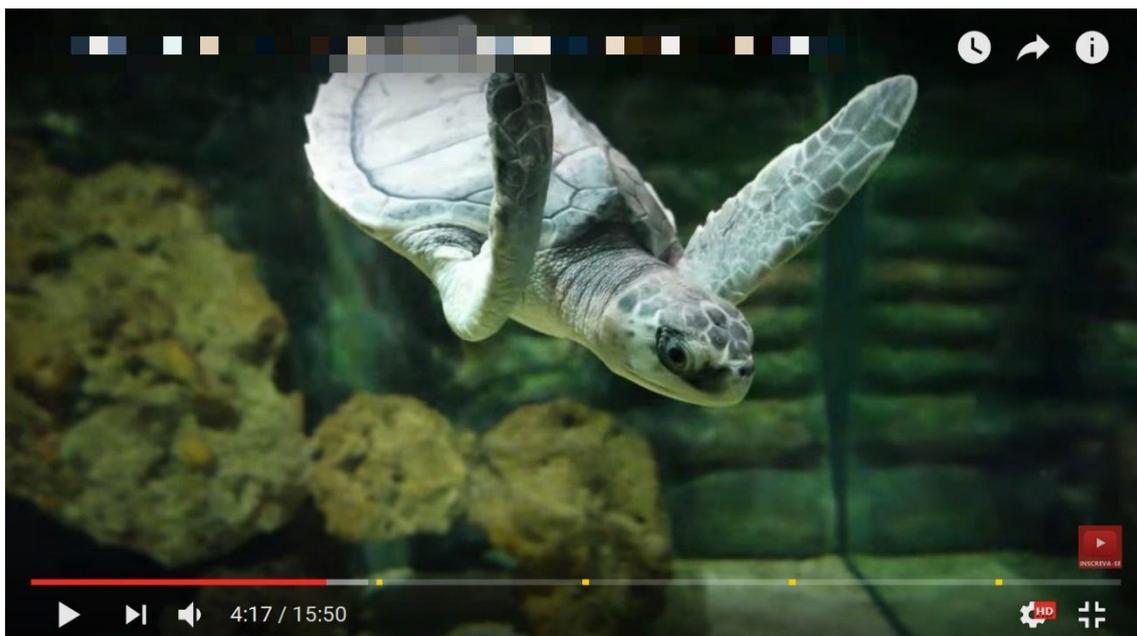


Figura 117. Aquário Natal na Praia da Redinha - Vídeo 06 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

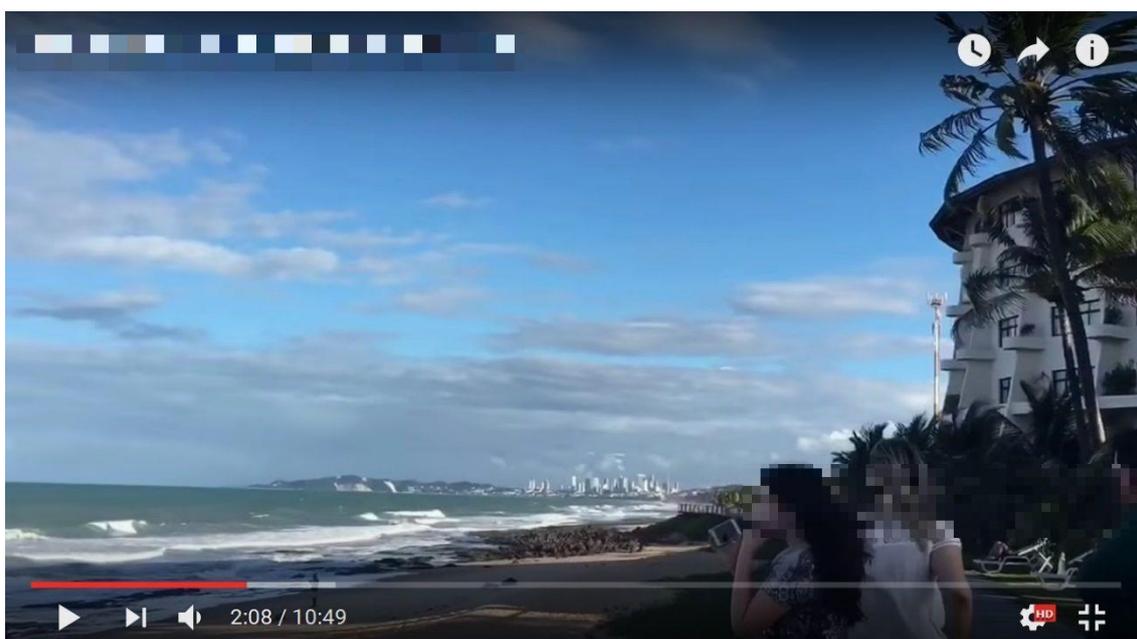


Figura 118. Praia dedicada a turistas de hotéis de luxo na Via Costeira - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Mesmo observando alguns locais públicos de interesse ao mesmo tempo turístico e residente (destaque basicamente para praias urbanas), fica clara uma alta frequência e permanência do turista dentro dos hotéis ou em passeios para locais com baixa visitação

residente. O turista destina turnos inteiros a entretenimentos à beira-mar, onde o residente possivelmente tem dificuldade de acesso por vários motivos: financeiros, estruturais, ou não reconhecimento de pertencimento.

Apesar desse apelo natural para o sol e praia, outros atrativos precisam ser aqui enfatizados quando se trata da representação da cidade-cenário de Natal. A cultura popular (material e imaterial) também emerge (timidamente) como um dos elementos representados nos vídeos que explicitam as paisagens turísticas do destino. Mas a imaginação geográfica e turística do Rio Grande do Norte não apresentou nenhum elemento cultural que seja “marca identitária” apenas do estado – como alerta Yáziği (2002), ao inquietar-se com a ideia de que tudo está ficando com a “mesma cara”. Algumas representações culturais da região nordeste como um todo e de forma genérica estiveram presentes nos vídeos turísticos, a exemplo de:

- Gastronomia com insumos como: rapadura, farinha, queijo de coalho, tapioca, carne de sol, cachaças, frutas tropicais, mas também, e principalmente, muitos frutos do mar (peixe, camarão)
- Suvenires com motivos de cangaceiros
- Tapeçarias, redes, labirinto, rendas, bolsas, moda praia
- Arte em cabaça e madeira (Figura 118)
- Garrafinhas de areia colorida (Figura 119)
- Brinquedos artesanais antigos
- Porta-níquel ou joia
- Imã de geladeira – alguns com o nome da cidade de Natal
- Brinquedos inteligentes
- Moda com tecido “cru”
- Camisetas da cidade e
- Bijuterias com matéria-prima regional



Figura 119. Arte em cabaça e madeira - Vídeo 12 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

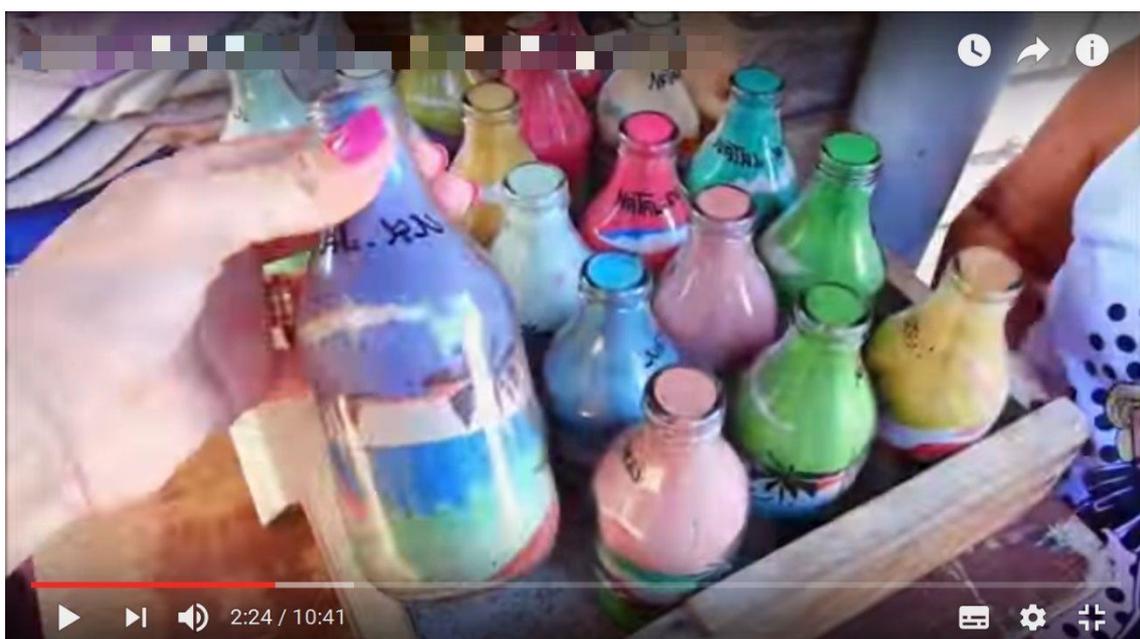


Figura 120. Garrafinhas de areia colorida - Vídeo 21 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Apesar dessa valorização de elementos tradicionais do nordeste brasileiro (elementos sertanejos e praieiros), percebe-se uma certa descaracterização dos souvenirs locais, com a chegada de produtos industrializados que podem ser achados em outras regiões do país, a

exemplo da oferta de canecas padronizadas com temática dos times do Sudeste do Brasil, Corinthians e Flamengo (Vídeo 21). Para além disso, enfatiza-se a criação de simulacro turístico que se tornou um dos mais famosos passeios, presente em muitos cartões postais do destino Natal (sendo localizado em Extremoz) e que faz parte da representação paisagística de quem visita Natal (Vídeos 07, 09, 11, 15 e 20):

- Passeio de Dromedários nas dunas de Jenipabu (Figura 120) – Essa atividade conta com um curto trajeto dunar em que o visitante, montado em um dromedário (da família dos camelos), simula estar no deserto do Saara, tendo inclusive a possibilidade de usar figurino árabe e posar em tenda com manequins, lenços, utensílios e música moura (o que pode ser entendido como uma “mega artificialidade” – Xavier, 2007). Esse passeio foge completamente dos traços caiçaras presentes no litoral nordestino, do qual a praia de Jenipabu faz parte. Essa espetacularização, tematização e descaracterização dos elementos culturais locais, são aceleradas ações da globalização, situação alertada por diversos autores como Lipovetsky e Serroy (2015), e mais especificamente por autores como Da Silva (2004) e Cruz (2007).

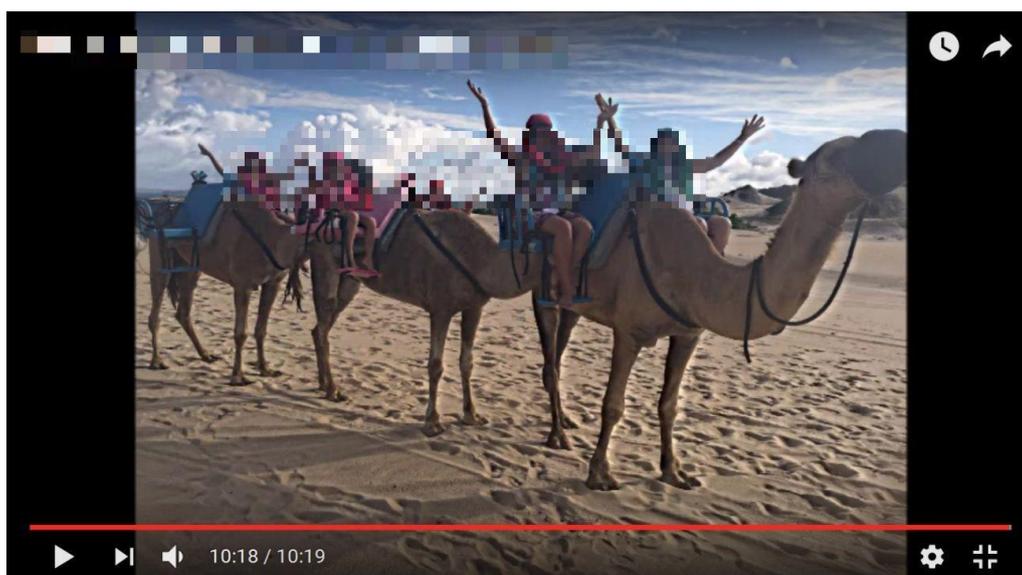


Figura 121. Passeio de dromedários em Jenipabu - Vídeo 11 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

No intuito de sintetizar tal observação sobre Natal, apresenta-se um quadro com os atrativos naturais, artificiais e mistos representados, sendo o apelo natural litorâneo predominante. Em uma apreciação mais atenta da lista a seguir, observa-se a incipiência de espaços públicos e edifícios históricos e culturais observados pelo turista, restando o contato com a cultura nordestina de maneira mais generalista (não genuinamente norte-rio-grandense ou natalense), através basicamente de souvenirs comprados.

ATRATIVOS NATURAIS	ATRATIVOS ARTIFICIAIS	ATRATIVOS MISTOS (NATURAIS/ARTIFICIAIS)
<p><u>Praia de Ponta Negra:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia e mar ▪ Morro do Careca <p><u>Praia de Miami:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia e mar <p><u>Praia de Areia Preta:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia e mar <p><u>Praia dos Artistas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de Areia e mar ▪ Ponta do Morcego <p><u>Praia do Meio:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia e mar ▪ Piscinas naturais <p><u>Praia do Forte:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia e mar ▪ Piscinas naturais <p><u>Via Costeira:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faixa de areia e mar de aparência exclusiva/imagem do Parque das Dunas (região sem acesso ao parque) <p><u>Extremoz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parte da praia da Redinha (conhecida popularmente como “Redinha Nova”) ▪ Dunas, lagoa e praia de Jenipabu; ▪ Barra do Rio (Encontro do rio Ceará-Mirim com o mar) ▪ Praia de Graçandu ▪ Praia, dunas e lagoa de Pitangui <p><u>Parnamirim:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Praia de Pirangi ▪ Praia de Cotovelo ▪ Cajueiro de Pirangi 	<p><u>Praia de Ponta Negra:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Feirinhas de artesanato na orla e na Av. Roberto Freire <p><u>Praia de Areia Preta:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relógio do Sol ▪ Letreiro “Amo Natal” <p><u>Praia do Meio:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Campo de futebol ▪ Playground ▪ Chafariz ▪ Monumento à Bíblia Sagrada <p><u>Petrópolis:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Centro de Turismo <p><u>Candelária:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Natal Shopping <p><u>Parnamirim:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Centro de Cultura Espacial da Barreira do Inferno <p><u>Além de:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastronomia com insumos regionais ▪ Souvenirs com motivos de cangaceiros ▪ Tapeçarias, redes, labirinto, rendas, bolsas, moda praia ▪ Arte em cabaça e madeira ▪ Garrafinhas de areia colorida ▪ Brinquedos artesanais ▪ Porta-níquel ou joia ▪ Imã de geladeira ▪ Brinquedos inteligentes ▪ Moda com tecido em “cru” ▪ Camisetas da cidade ▪ Bijuterias regionais 	<p><u>Praia de Ponta Negra:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão e seus quiosques <p><u>Praia de Areia Preta:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da praia <p><u>Praia dos Artistas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da praia ▪ Ciclovía <p><u>Praia do Meio:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da praia ▪ Ciclovía <p><u>Praia do Forte:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calçadão da Praia ▪ Ponte Newton Navarro ▪ Fortaleza dos Reis Magos <p><u>Petrópolis:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ladeira do Sol <p><u>Via Costeira:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrutura hoteleira com ampla área de lazer ▪ Extensa faixa de areia <p><u>Extremoz:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aquário Natal (Extremoz) ▪ Ponto de apoio para passeio em dromedário

Tabela 3. Atrativos dos destinos Natal, Extremoz e Parnamirim-RN

A estrutura de apreciação do destino Natal também oferece um estudo sobre índices como os meios de hospedagem utilizados, os serviços de alimentação consumidos, maneiras de agenciamento, espaços de compras e vida noturna. Aspectos esses que normalmente fazem parte da oferta da gestão privada e auxiliam na construção da imaginação geográfica sobre o destino Natal.

No que se refere aos meios de hospedagem, observou-se uma baixa diversidade na maneira de hospedar-se. Entre as formas, elencou-se em todas as experiências de viagem:

- Permanência em hotéis (Figura 121) de médio e grande porte, de estrutura vertical, que oferecem em sua maioria acessibilidade, elevadores, área de lazer com piscina, sauna e acesso à praia, além de restaurante, estacionamento e unidade habitacional climatizada. A maior parte dos quartos apresentados nos vídeos é privilegiada pela vista para o mar da Via Costeira e Praia de Ponta Negra, tendo apenas três hospedagens registradas nas praias de Areia Preta (Vídeo 17) e dos Artistas (Vídeos 14 e 20). A dimensão dos quartos conta com tamanho mediano ou bastante amplo (suíte com 2 quartos, sala de TV e WC com banheira) em alguns casos, além de oferta de diária com café da manhã incluso. As duas principais regiões onde concentram-se os equipamentos de hospedagem, a região costeira de Ponta Negra (01, 10, 11, 13, 14, 16, 18, 19 e 20) e toda a Via Costeira (02, 12, 15 e 17), possuem dinâmica turística com pouca proximidade a prédios residenciais e comerciais não turísticos, o que confina o hóspede, tendo ele pouco contato com a dinâmica de parte da cidade-cenário.

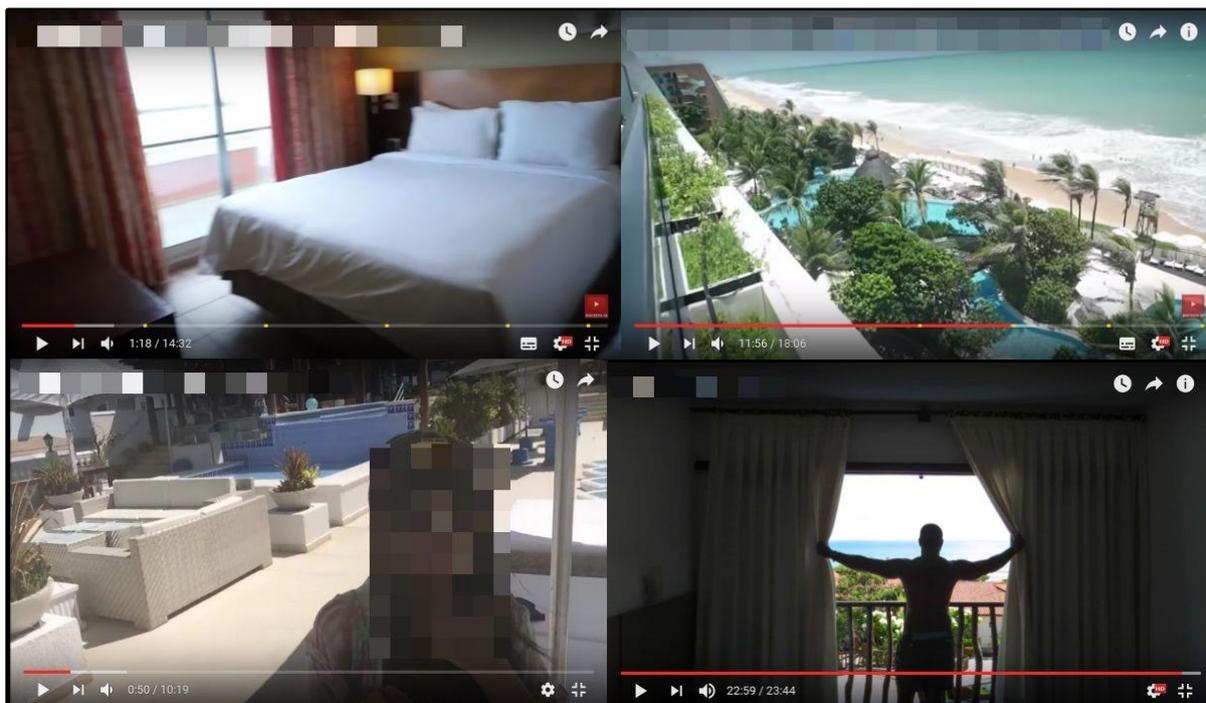


Figura 122. Hotéis da Via Costeira e da Praia de Ponta Negra - Vídeos 02, 08, 11 e 19, respectivamente [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Quanto aos espaços de Alimentação, percebe-se uma valorização de elementos como ambientação, cardápio e atendimento ao cliente. Mas, diferente de uma dinâmica mais integrada com a cidade, assim como na hotelaria, na alimentação os equipamentos têm um forte apelo turístico e pouco foco no residente, havendo uma baixíssima diversidade de propostas. Todas as experiências registraram momentos de alimentação (exceto os Vídeos 16, 19 e 21), destacam que:

- No que se refere à localização, quando os turistas se alimentam em Natal, ou ficam nos restaurantes de seus hotéis ou vão até equipamentos inseridos na área de interesse turístico da Praia de Ponta Negra (alguns com vista privilegiada). Apenas duas experiências turísticas evidenciaram uma transposição da barreira simbólica que mantém o turista em área isolada da cidade – chegando esse grupo a supermercado para comprar alimento (bairro vizinho de Capim Macio – Vídeo 04) e praça de alimentação do Natal Shopping (bairro próximo de Candelária –

Vídeo 13). Esses equipamentos não chegam a ser tão distantes do eixo turístico, mas fogem do que parece comumente ser feito por aquele que visita Natal.

- Quanto às representações impressas na ambientação, parte dos restaurantes tem decorações contemporâneas e sem distinção temática, alguns outros oferecem temática desterritorializada (como o caso de um restaurante com motivação decorativa que remete ao contexto carioca – Vídeo 04). No entanto, percebem-se alguns equipamentos que valorizam temáticas e decorações regionalistas (a exemplo do Vídeo 10). Normalmente os turistas registraram locais com certa sofisticação (tapiocaria inclusive com chão de areia de praia), e com temática sertaneja e litorânea (destaque para decoração e uniforme dos garçons em bares, restaurantes, quiosques e barracas à beira-mar).
- A tipificação de cardápio acompanha a proposta da ambientação em muitos casos, como decoração e comida sertaneja (Vídeos 13 e 17/Figura 122). Mas em grande parte das aparições do serviço de alimentação existe uma busca quase que exclusivamente por peixes e frutos do mar (Figura 123), ou outros insumos que tenham como acompanhamento esse tipo de alimento (essa representação vale para restaurantes e bares, além de barracas de praia e ambulantes que trabalham à beira-mar). Em hotéis e restaurantes tidos como de luxo ou muito turísticos, ocorre releitura de pratos tradicionais (Vídeos 04, 10, 12 e 13). As lojas de souvenirs representadas nos vídeos não exploravam alimentos em sua oferta, apesar de se saber que alimentos típicos são vendidos “para viagem” em outros espaços de compras turísticas. Apresenta-se também serviços de café da manhã e alguns bares com alimentação mais padronizada ao paladar internacional, com oferta de fondues (culinária francesa), pizza (italiana) e sorveteria artesanal com decoração parisiense.

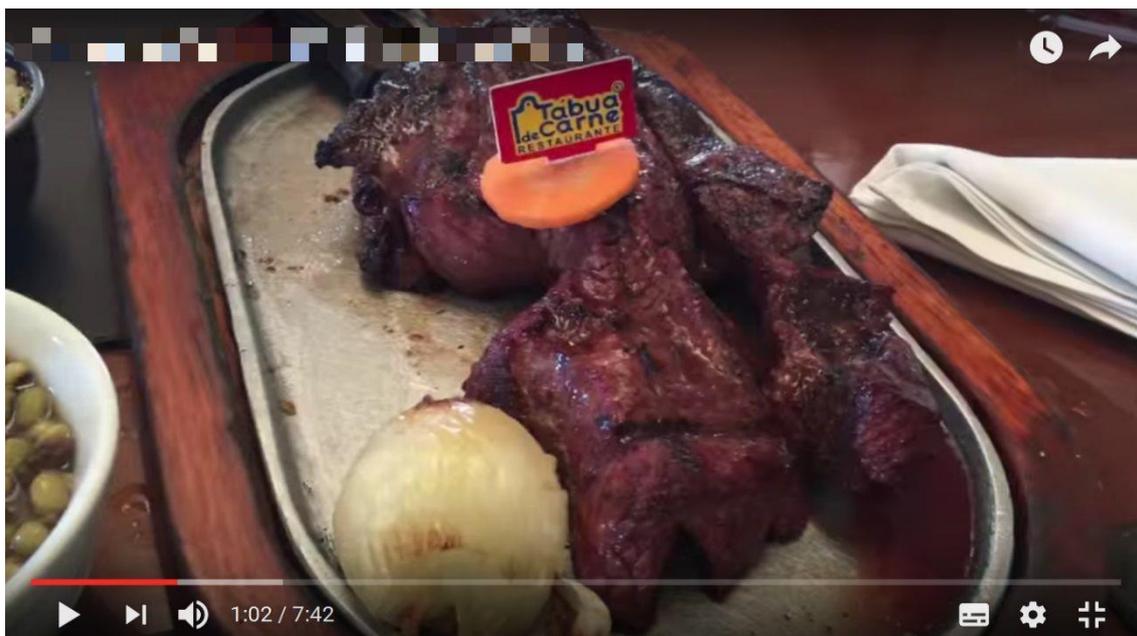


Figura 123. Prato sertanejo à base de carne de sol e feijão verde - Vídeo 17 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

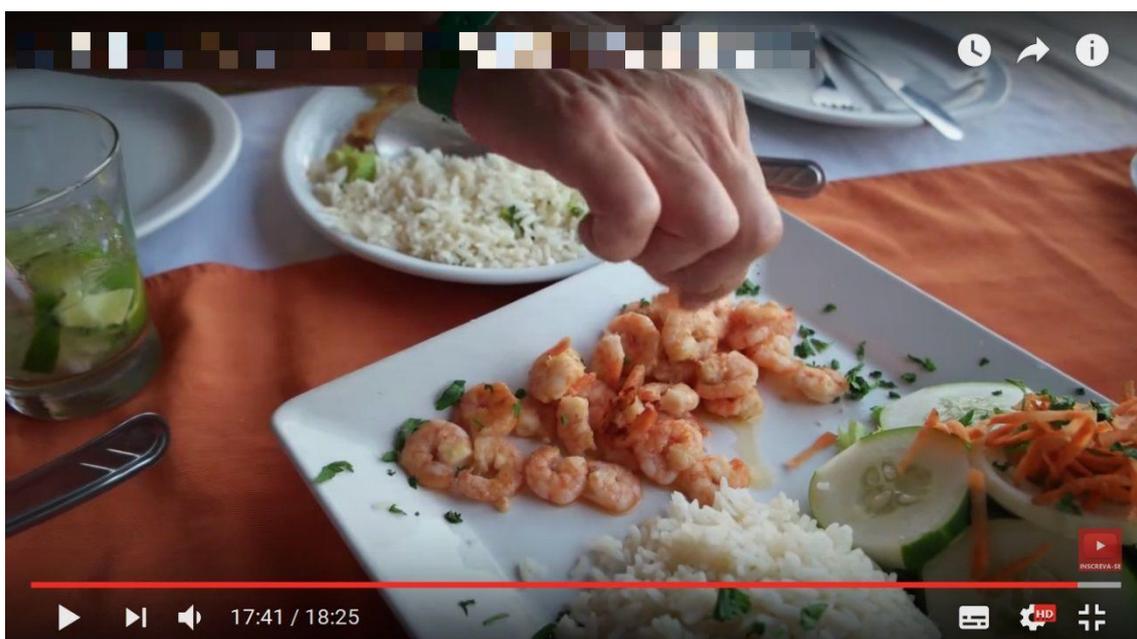


Figura 124. Prato à base de frutos do mar - Vídeo 04 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

- Os serviços são os mais diversos e atendem demandas diurnas e noturnas. Entretanto, percebe-se concentração nos serviços de *buffet* (café da manhã com insumos tropicais e internacionais dos meios de hospedagem) e *à la carte*.

A capacidade de desempenho do mercado de Agenciamento de Viagens (emissivo ou receptivo) pode revelar o grau de autonomia do turista sobre o que decidir encontrar, observar, “curtir”, visitar, experienciar nessa ou naquela paisagem. Esse poder de direcionamento das agências de viagem acaba por contribuir para um reducionismo no contato com a cidade, com seu povo, cultura e espaço citadino como um todo, revelando em muitos casos uma cidade fictícia, dividida entre o turista e o residente, o produto turístico e o não turístico.

Quanto a esse aspecto, 12 das 15 experiências de viagem (exceto os Vídeos 13, 16 e 21) utilizaram de serviço de agenciamento ou receptivo, seja para realização de viagens para os atrativos do litoral norte e sul em grandes ônibus (Figura 124), micro-ônibus ou vans, seja para realização de city tour (passeio analisado mais à frente). Entretanto, o guiamento mais frequente foi o realizado durante passeio de buggy ou *off roads* pelo litoral norte do estado (roteiro que valoriza as dunas e praias dos municípios de Extremoz, Ceará-Mirim e Maxaranguape - Vídeos 01, 06, 09, 10, 12, 14, 15, 18, 19 e 20).



Figura 125. Guia de Turismo Regional - Vídeo 01 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Nesses guiamentos (por bugueiros ou guias de turismo de agências de receptivo), observa-se a orientação de que toda a programação (trajetos, horários, paradas, comportamentos de consumo) já está previamente estabelecida, estando o turista ciente de que o acordo não permite muitas flexibilizações. Inclusive todos os roteiros observados eram realizados em grupo (em alguns casos, com muitos turistas que não se conheciam), e atender a demandas individuais nesses casos não é tarefa fácil no turismo de massa.

Quanto a essa baixa autonomia do turista em dialogar com a cidade-cenário, enfatizam-se alguns momentos em que os visitantes demonstram total desconhecimento sobre a programação de passeio que irão realizar (Vídeo 09). Nesse momento, o visitante, diante do silêncio do guia, começa a explicar às pessoas sobre onde estão passando (já havia estado em Natal em outra oportunidade – Vídeo 02), e ainda a reclamação clara de uma turista que se mostrou insatisfeita pelo fato de não poder aproveitar os atrativos de forma mais espontânea, tendo em vista o engessamento da programação imposta pela agência de receptivo (Vídeo 10).

No que tange às Compras, percebe-se que tal índice se faz bastante presente na representação paisagística do turismo em Natal. A atividade agrega valor à representação de atrativos turísticos, estando os espaços de compras normalmente localizado nas áreas de interesse do turismo (centros de artesanato, lojas de suvenires e moda praia, em Ponta Negra e Petrópolis), e acoplados aos próprios atrativos turísticos. Isso pode ser evidenciado pelas lojas ao redor do cajueiro de Pirangi (Vídeos 01, 10, 12, 14, 17, 18 e 21/Figura 125), dentro do Aquário Natal, nas dependências de tapiocaria de perfil turístico (Vídeos 06, 09, 10 e 12), quando não, ainda nos serviços de vendedores ambulantes (com produtos prontos ou feitos diante do turista – Vídeo 11).



Figura 126. Feira de artesanato próxima ao Cajueiro de Pirangi - Vídeo 21 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Apesar de Natal oferecer diversos equipamentos com foco em venda de artesanato para turistas, os espaços especializados de compras nos vídeos analisados foram representados apenas por:

- Centro de Turismo (Petrópolis) e
- Feirinha de Artesanato de Ponta Negra

Por fim, no que se refere ao índice Vida Noturna, os espaços e equipamentos utilizados para o entretenimento nas últimas horas do dia foram timidamente registrados, o que pode denotar, ou baixa diversidade de oferta de espaços ou o perfil de viagem desse tipo de turista, que aproveita uma programação guiada, diurna e solar em grupos por vezes familiares (idosos e crianças), deixando o horário da noite para descanso ou ida a algum restaurante para jantar (exemplo dos vídeos 11, 12 e 13).

Mesmo assim, algumas outras formas de entretenimento noturno foram registradas, como ida à praça de alimentação do Natal Shopping (associando compras e jantar – Vídeo

13); passeios noturnos para conhecer feirinha de artesanato também após refeição. Destaca-se também o uso das dependências dos meios de hospedagem, com brincadeiras no *Playground* (Vídeo 03), banho de piscinas (Vídeo 11 e 19), ou ainda realizando luau em praia “deserta” de frente ao meio de hospedagem, com localização privilegiada e “pseudo-exclusiva” da Via Costeira (Vídeo 15/ Figura 126). Nenhuma casa noturna ou festa social ou cultural que envolva maior possibilidade de interação com residentes foi evidenciada, a não ser uma menção sem imagem ao “Carnatal³⁶” no Vídeo 15.

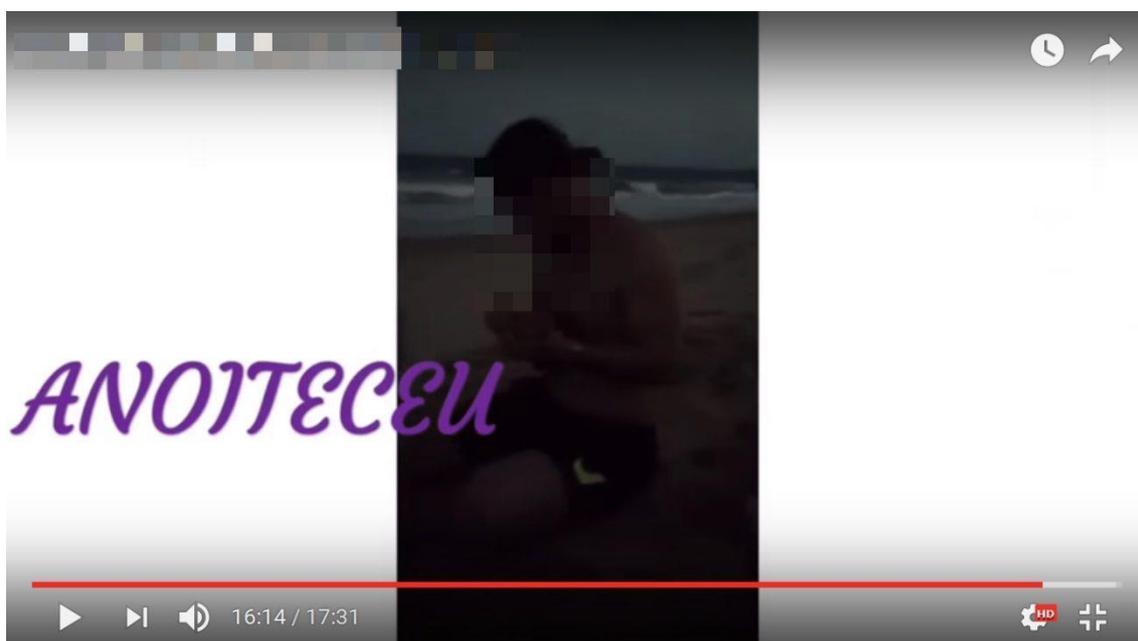


Figura 127. Luau em praia da Via Costeira (de frente ao hotel de luxo) - Vídeo 15 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Para ratificar e esquematizar essa inferência de que Natal é um destino marcado pela notória segregação e separação entre turistas e residentes, criou-se o Mapa 05 (Figura 127), no qual é possível apontar os equipamentos turísticos (hospedagem, alimentação, agenciamento, compras, vida noturna), além de atrativos (naturais e artificiais) que contam com incipiente presença de residentes em diversos casos, favorecendo o entendimento de que

³⁶ Carnaval fora de época que ocorre na cidade de Natal há mais de 20 anos e que abre o verão e a alta temporada turística na cidade, ocorrendo onde hoje se localiza o Arena das Dunas (estádio de futebol construído para sediar jogos da Copa do Mundo de 2014 e que não foi registrado em nenhum vídeo).

a sobreposição das 15 experiências de viagem apreciadas mostra uma permanência em espaços específicos, com vivências repetitivas e controladas para o confinamento em áreas funcionais de interesse em alguns casos exclusivamente turísticos.

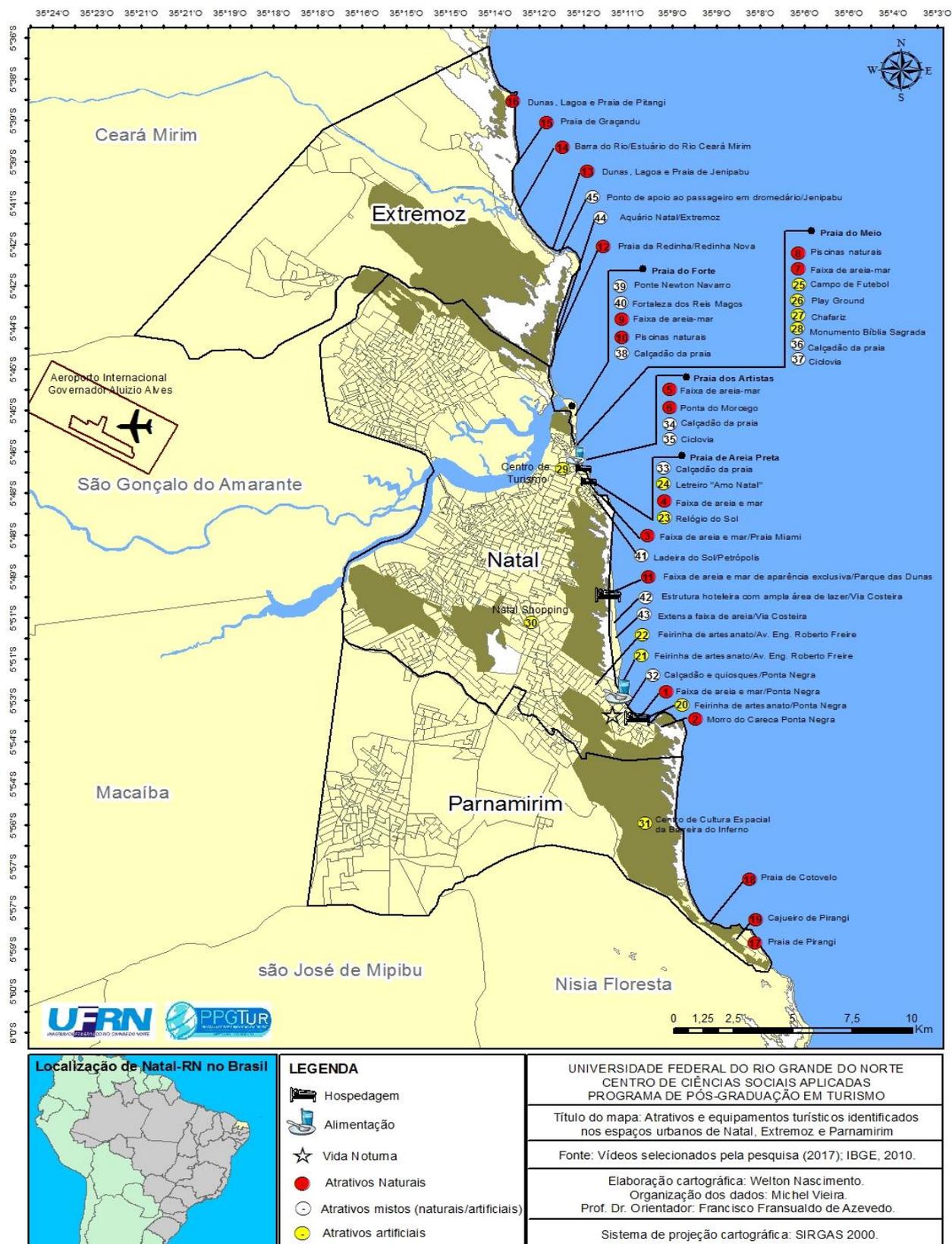


Figura 128. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Atrativos e equipamentos turísticos identificados nos espaços urbanos de Natal, Extremoz e Parnamirim [Mapa].

Na construção do mapa, percebe-se a estada dos turistas (hospedagem e alimentação) no Bairro de Ponta Negra e Via Costeira (com pontuais hospedagens em praias mais centrais – representada por ícones menores). Entretanto, percebeu-se que o turista dedica diversas horas de seu dia de lazer a espaços litorâneos nos municípios estudados de Extremoz e Parnamirim, mas também em praias que extrapolam a pesquisa. Outros destino visitados são em: Tibau do Sul, Nísia Floresta, Baía Formosa, Canguaretama, Ceará-Mirim, Maxaranguape, Rio do Fogo, Macau, Guamaré – movimento que só enaltece a ideia de baixa integração com a cidade, resultando em uma imaginação geográfica superficial, em que o direcionamento turístico se revela como principal ator dessa superficialidade.

Quando não são os condutores das agências, são os seus guias e seus intérpretes que dirigem seus passos e suas ações, que atordoam sua verborragia e blefes, que decidem em última instância o que deve ou não deve fazer. E assim distorce a realidade que vem a você, como um texto que é lido através de um tradutor (Louis Bertrand, 1934 citado em Urbain, 1993, p. 226) que o afasta das ruas da cidade.

Esses dados são secundários, mas auxiliam na consolidação da tese de que a integração do turista com a cidade de Natal e os seus cidadãos é ínfima e com traços claros de segregação/fragmentação nas experiências do vivido. Ratifica-se que essa experiência ocorre em espaços pouco apropriados por residentes, isolados e de difícil acesso, em meios de hospedagem, em espaços de alimentação e compras localizados em regiões muitas vezes exclusivas para o turismo, sendo ofertadas por um agenciamento que coíbe e controla o contato do visitante com a espontaneidade da cidade.

C) Atividades de Recreação para residentes [PUC-C] ≠ Motivação Turística e Perfil do Turista [APPT]

Seguindo a busca por evidências de segregação na experiência turística no destino Natal-RN, esta etapa da análise apresenta índices que demonstram atividades de lazer de residentes observadas pelo visitante, ressaltando semelhanças e disparidades desses momentos de lazer. Para avançar nessa apreciação, esta subsecção infere sobre *Atividades de Recreação para Residentes [PUC-C]*, para seguidamente realizar uma reflexão envolvendo as experiências de lazer dos turistas. Tal momento estuda atividades culturais/ religiosas, de esporte/ saúde, eventos e contemplação/contato com a natureza comuns aos residentes.

No que tange ao tema atividade cultural/ religiosa do residente não houve qualquer registro em atividades que envolvem tradições culturais, folclóricas e populares, como também qualquer manifestação espontânea de fé. Essa ausência de imagens que revelariam tais atividades se dá certamente pela não circulação do turista pelos bairros que estão para além da linha litorânea da cidade.

Quanto às atividades de esporte/ saúde/ lazer, entende-se que estão ligadas ao cenário de praia urbana, concentrando-se mais precisamente nas praias centrais de Miami, Areia Preta, dos Artistas, do Meio e do Forte (que juntas compõem uma faixa de areia com cerca de 5 km de extensão – Vídeos 02, 09, 12, 14 e 20), estando próximas a regiões populares da cidade, como Mãe Luiza, Rocas e Santos Reis. Nessas praias, percebeu-se:

- Pessoas percorrendo sozinhas ou em grupos a faixa de areia ou tomando banho de mar, usufruindo de calçadões em suas caminhadas, praticando surf (Vídeo 14), consumindo alimentos e bebidas oferecidos em barracas ou comercializados por ambulantes. Destaca-se que essa observação nos vídeos ocorreu de maneira bastante rápida, tendo em vista que apenas duas experiências foram para além de imagens captadas de veículo em movimento. Ou seja, tais turistas realmente

pararam (mesmo que rapidamente) nessa faixa de areia, onde, por observação, percebeu-se ter maior concentração de residentes.

- Projeto de reordenamento da orla dessa região, com a edificação de playgrounds, academias, campos de futebol, chafariz, ciclovias, estacionamento, quiosques padronizados, banheiros públicos, que facilitam a prática de lazer residente. Enfatiza-se, porém, que essa área recentemente projetada foi utilizada (e no vídeo velozmente) por apenas uma única experiência de viagem (Vídeo 14). Isso nos faz pensar que se trata de uma região direcionada mais para o lazer residente do que para o turístico.

Além dessa região de praias urbanas mais centrais, ainda é possível apontar a praia de Ponta Negra. Ela é certamente a mais turistificada, mas conta com frequentadores residentes (Figura 128) que vêm de diferentes bairros da cidade, desde áreas mais elitizadas, a endereços mais populares (Vila de Ponta Negra, por exemplo). Apesar de o turista normalmente hospedar-se e alimentar-se em Ponta Negra, os vídeos revelam baixa permanência deles nessa orla (Vídeos 01, 04, 10, 11, 13, 15, 18 e 19) – dedicando seus dias aos passeios por outras partes do litoral do RN. Porém, quando o fazem, registra-se enquanto lazer do residente, práticas semelhantes às observadas nas praias mais centrais, como: banho de mar, caminhadas na praia ou no calçadão, prática de surf, consumo de alimentos e bebidas à beira-mar.

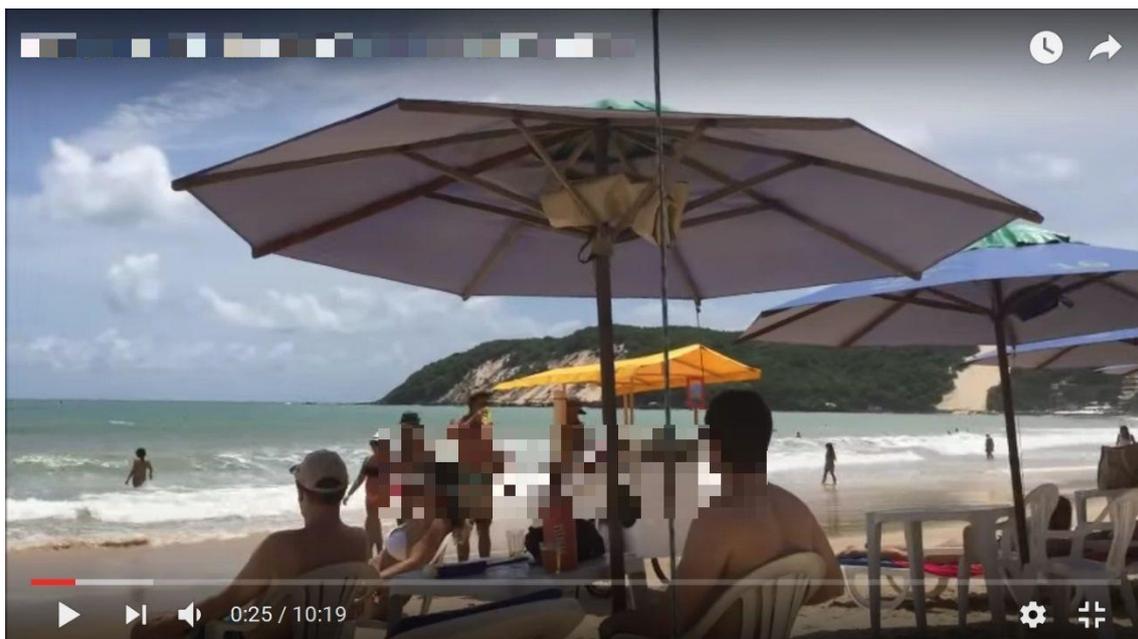


Figura 129. Banhistas na Praia de Ponta Negra - Vídeo 11[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

Ainda tendo uma ínfima aparição nos registros de viagem, é preciso frisar os eventos, atividades importantes no cotidiano de lazer de uma cidade. No caso de Natal (além de Extremoz e Parnamirim) nenhum evento do calendário residente foi enaltecido, seja cultural, religioso ou comercial. Apesar disso, destacou-se indiretamente (aparição de logomarca no Vídeo 15) apenas um evento – O Carnatal (carnaval fora de época que abre a alta estação na primeira semana de dezembro). Esse evento é privado (com certo apoio de poder público), e que tem como público-alvo anualmente milhões de residentes e turistas. Suas edições ocorrem atualmente na estrutura do Estádio Arena das Dunas, equipamento que também é utilizando para a realização de jogos de futebol, mas também multifeiras, exposições e mega shows.

No que se refere à contemplação e contato com a natureza, as atividades de lazer realizadas pelos residentes, observadas nos vídeos, apontam apenas as caminhadas na faixa de areia ou no calçadão, mais com propósito de interagir com pessoas e serviços ofertados do que um momento de tranquilidade e contemplação da natureza. Sobretudo pelo fato de as

praias terem a presença de muitos banhistas, carros, ambulantes, além de barulho vindo de caixas de som de vendedores de cd e dvd. Apesar disso, enfatiza-se pontualmente nas praias centrais:

- Caminhadas pelo calçadão fotografando o letreiro de “AMO NATAL” (Vídeo 12) e contemplando a paisagem do pôr do sol.
- Ciclismo pelas vias e surf (que é também um esporte que envolve contemplação) de praias urbanas centrais (Vídeo 14).

As práticas de lazer dos residentes observadas pouco alimentam as *Motivações Turísticas [APPT]* de quem visita Natal-RN, justamente pela tímida aparição dessas pessoas e suas atividades nos registros turísticos. Isso é causado não apenas pelo baixo fluxo turístico em áreas de interesse residente (e vice-versa), mas também pelo tempo gasto pelo visitante em passeios para áreas fora da cidade (como já mencionado), e pelo confinamento nas áreas de lazer dos meios de hospedagem. Nessa dinâmica de baixo ou mínimo contato do visitante com a cidade (aspecto negativo da dinâmica turística, segundo Hayllar; Griffin & Edwards, 2011), apresenta-se o principal estímulo que se consolida como segmento turístico para o destino Natal:

- Turismo de Sol & Praia: Essa motivação se associa à estrutura hoteleira que está fortemente localizada na orla da praia urbana de Ponta Negra e na Via Costeira (caminhadas, banhos de mar e consumo de alimentos e bebidas à beira-mar/Figura 129), e com bem menos expressividade nas praias mais centrais da cidade. Porém, esse que é o principal segmento turístico oferecido pelo destino Natal está concentrado também nos passeios pelas praias do litoral norte (normalmente em buggies) e sul do estado (em ônibus de turismo), dedicando praticamente todo o dia ou até mesmo dias, a programações (inclusive fora do

perímetro estudado) que envolvem banho de mar e lagoa, além de algumas manobras radicais sobre as dunas, e atividades em esquibunda, aerobunda ou tirolesa (com certa aproximação do segmento de turismo de aventura). Além disso, percebe-se uma permanência do turista na área de lazer dos hotéis, principalmente dos isolados da Via Costeira, onde é possível tomar banho em piscinas, ou no mar de uma praia semideserta, ou ainda contemplar a paisagem da imensidão do mar, falésias, dunas e mata atlântica, com poucas ou nenhuma construção que atrapalhe a beleza da paisagem, mesmo estando próximo ao centro da cidade de Natal.



*Figura 130. Turistas em momento de contemplação da praia - Vídeo 03[Arquivo de vídeo]
Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>*

Além do consolidado segmento de sol e praia, apontam-se alguns sutis estímulos, esses que não são consolidados, tendo menor representação na imaginação geográfica do turista que visita o destino. São eles:

- Turismo Ecológico: Esse segmento é tido como um interesse secundário dos que buscam o turismo de sol e praia e que, junto ao turismo de aventura, realizam

contemplação de áreas naturais como praias, dunas, falésias, lagoas, mergulho em áreas de parrachos, visita a árvores anômalas (cajueiro de Pirangi em Parnamirim, por exemplo), trilhas em quadriciclos (já no município de Nísia Floresta/Figura 130). Tudo isso compõe a vivência do turista que visita a cidade de Natal, mesmo crendo aqui que grande parte desses atrativos não está no espaço urbano, ou inserido nos municípios estudados.



Figura 131. Turista em passeio de quadriciclo - Vídeo 13[Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>

- Turismo de Eventos: Mesmo não sendo evidenciado claramente nos vídeos, contextualizando o evento Carnatal e onde o mesmo se realiza, observa-se a cidade de Natal também como um destino potencial receptor de eventos (esportivos, culturais, comerciais e científicos) de pequeno, médio e grande porte (como foi o caso de jogos da Copa do Mundo de 2014). Tal potencial de captação se dá pelo fato de a cidade oferecer, proporcionalmente, um dos maiores números de leitos hoteleiros do Brasil, segundo Secretaria de Turismo (2015), além de um

Convention Bureau atuante, de acordo com a ABEOC [Associação Brasileira de Empresas de Eventos] (2017).

- Turismo Cultural e Histórico: Talvez o mais negligenciado de todos os segmentos observados, o estímulo a práticas de caráter cultural e histórico limita-se a compras em lojas de souvenir. Quando não, observa-se uma visita (Vídeo 20 – registra apenas a fachada) ao Centro de Cultura Espacial e Informações Turísticas da Barreira do Inferno (localizado na “Rota do Sol” – que é trajeto obrigatório de quem vai visitar as praias do litoral sul) ou duvidosa realização de city tour apontada indiretamente pelos vídeos 01 e 14. Nenhuma das outras 12 experiências registraram visita a qualquer prédio histórico ou espaço cultural da cidade. E quando tal atividade foi feita, realizou-se acompanhada de guias de turismo, registrando-se apenas o interior do Centro de Turismo (prédio histórico onde funciona uma galeria de lojas de artesanato turístico), a sua vista da praia, e da Fortaleza dos Reis Magos. Patrimônio último que também parece não ter sido visitado (registrada de longe pelos vídeos 14 e 20), mesmo sendo a mais antiga construção da cidade, e estar localizado à beira-mar – no trajeto comumente montado para acessar as praias do litoral norte do estado. Ou seja, o turista que visita Natal normalmente não avança para áreas históricas e populares de bairros menos litorâneos da cidade (Cidade Alta e Ribeira, por exemplo), e quando o faz, é por meio de um tour panorâmico de dentro do veículo, e quando desce do ônibus turístico, nos locais onde é sugerido parada, o propósito é a realização de compras, e não necessariamente a compreensão de sua relevância histórica.

A concentração em um único estímulo que desloca o turista para áreas isoladas (sol e praia), acrescidos timidamente de segmentos que não oferecem ao turista uma experiência

que o aproxima da dinâmica cidadina e dos seus moradores, enfatiza a tese de que o turismo em Natal segrega o visitante. E isso se torna ainda mais evidente quando se percebe a dinâmica de deslocamento, e as opções de visitação, aparentemente de acordo com as decisões dos agentes turísticos de receptivo e demais membros do trade turístico. Grupo que oferece serviços que além de não estimular o encontro com a cidade, pouco diversifica as propostas de roteiro, tendo com maior carência aqueles espaços e aquelas atividades que dialogam com aspectos tradicionais da dinâmica natalense.

Seria então essa cidade estética ou moralmente turva e poluente para a alegria turística? Inquietação surgida das leituras da obra de Bauman (1998) e respondida com a impressão de que o espaço citadino (incluindo seus transeuntes) sofre rejeição diante da experiência turística ofertada para aqueles que visitam Natal.

D) Hospitalidade Não Turística [PUC-C] - Hospitalidade Turística [APPT]

Seguindo na busca por mais um elemento que confirme a tese de que Natal enquanto destino turístico apresenta uma dinâmica segregada e fragmentada na sua relação com o urbano, o estudo avança sobre as experiências de viagem selecionadas destacando os índices relativos à hospitalidade, ao bem acolher, à animosidade do encontro entre visitantes e visitados. Isso seja na perspectiva da relação do visitante com os sujeitos da cidade e que não estão ligados à atividade turística (*Hospitalidade Não Turística – [PUC-C]*), seja através do contato do turista com o *staff* dos equipamentos públicos e privados voltados para o turismo.

No que se refere ao contato com moradores que não estão diretamente ligados ao setor turístico, é relevante dividir o índice em três principais subunidades de registro:

- Servidores públicos: Como grande parte dos espaços de permanência turística são privados ou isolados, observou-se apenas pontuais evidências de eletricitas na Via Costeira (Vídeo 06) e limpadores de rua na Praia de Ponta Negra, apesar da turista do vídeo 10 reclamar da sujeira da praia.

- Trade não turístico: Em Natal aponta-se apenas dois espaços não turísticos oficialmente, que seriam: o Natal Shopping, mas que evidenciou apenas contato de turista com serviço de alimentação (fast food); e família de turistas realizando compras em supermercado da região turística. No entanto, em nenhuma das situações um contato com vendedores, colaboradores desses espaços, foi evidenciado em vídeo.
- Moradores: Dentre as impressões mais reveladoras dessa parte da pesquisa, está o pouco registro direto (conversando) ou indireto (visual) de contato do turista com moradores da cidade na condição de transeuntes, compartilhadores de espaços de lazer ou como anfitriões. As 15 experiências revelam mais fortemente o contato do turista com sujeitos do trade turístico, sendo um traço importante que mais uma vez sustenta a ideia de uma falta de diálogo do turista com a cidade e os seus (espontaneamente).

Ainda no que concerne à atmosfera do bem receber, a análise de conteúdo busca apresentar representações da paisagem que enfatizem o índice *Hospitalidade Turística* (APPT), já inicialmente mencionado e que revela uma característica importante da dinâmica turística do destino Natal. Divide-se a análise da paisagem também em duas subunidades de registro:

- Trade Público: Em Natal e entorno, pôde ser evidenciado exemplo de cortesia e competência técnica de agentes de turismo no Cajueiro de Pirangi (elogiado por turista do Vídeo 17), como também disposição de box de informação turística na orla da Praia de Ponta Negra (Vídeo 04/Figura 131).



Figura 132. Box de informação turística - Vídeo 04 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

- Trade Privado: Certamente o principal diferencial do destino Natal é a atmosfera “hospitaleira” observada em espaços e passeios realizados por um grupo que encontra na cortesia, no bom humor, no bem receber, a oportunidade de gerar lucro. Essa impressão se confirma pela recorrente aparição de profissionais da área de turismo desenvolvendo uma relação mais informal e amistosa com seus turistas. Essas situações ocorrem na dedicação dos recepcionistas em mostrar os setores do hotel (Vídeo 12), na busca de intimidade e irreverência do bugueiro (Vídeo 06), na simpatia da vendedora (Vídeo 13/Figura 132), no bom-dia da camareira (Vídeo 02), na abordagem do ambulante (Vídeo 01). Pode ser evidenciado também na delicadeza do artesão em desenvolver sua obra personalizada para o turista (Vídeo 11/Figura 133), na caipirinha de brinde do restaurante à beira-mar (Vídeo 04), no cuidado dos instrutores na descida de esquibunda e aerobunda (Vídeo 09). Cenas que compõem um imaginário de destino acolhedor, mas alicerçado no acolhimento do consumidor e não

necessariamente em uma relação espontânea de convívio. Convívio esse revelado por turista que, ao realizar o *check-in* no aeroporto, elogia a cidade dizendo: “– As pessoas daqui são muito hospitaleiras!” (Vídeo 10)

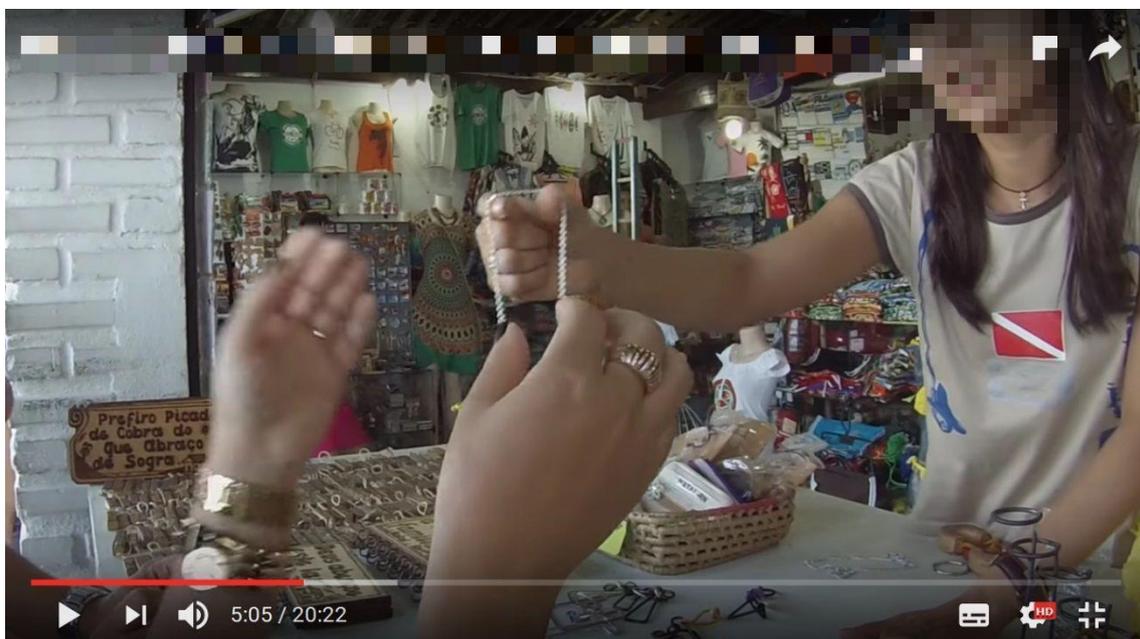


Figura 133. Vendedora de artesanato no momento de demonstração do produto- Vídeo 13 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2015, de <http://www.youtube.com>



Figura 134. Artesão em momento de criação na presença do cliente - Vídeo 11 [Arquivo de vídeo] Recuperado em 25 de junho de 2016, de <http://www.youtube.com>

O tímido contato do turista com residentes não envolvidos no trade turístico, e o trabalho de bem receber com foco no lucro daqueles que compõem o *staff* do turismo, somente ajudam a revelar uma experiência manobrada para o consumo do bem turístico, da dedicação a constituir uma experiência de viagem confinada e restrita aos espaços, atividades e pessoas envolvidas com o turismo. O resultado é uma viagem pouco espontânea, onde a experiência do urbano se dá pelo jogo do capital espetáculo (Harvey, 2011). Jogo esse que suscita uma pergunta sem clara resposta: – Esse turista conhece mesmo o destino, ou conhece um fragmento criado intencionalmente e turisticamente para seu deleite?

E) Localização das áreas funcionais de lazer residente [PUC-C – CT] ≠ Localização das áreas funcionais turísticas [PUC-C – APPT]

Avançando para a última apreciação desta pesquisa, a proposta aqui é apontar o posicionamento territorial dos equipamentos e espaços revelados nas 15 experiências turísticas – a configuração do cenário percebido pelo turista em todas as partes anteriores desta secção. Nesse momento, propõe-se estudar objetivamente a configuração territorial da cidade de Natal, verificando se tais posicionamentos facilitam ou dificultam a relação do turista com a cidade-cenário.

Adiante-se que no caso de Natal (Mapa 06/ Figura 134) – inspirado na perspectiva de Destino Segregador-Fragmentado – [DS-F]), existe por parte do turista uma baixa exploração do campo territorial da cidade para alcançar os atrativos turísticos – estes que se concentram na costa.

Na configuração do atual espaço litorâneo da região Metropolitana de Natal, ao mesmo tempo em que o turismo articula zonas de predominância, também concorre para reforçar a centralidade da capital e a fragmentação entre os municípios que integram a RMNatal (Clementino, Tinoco & Bentes, 2009, p. 143).

E nessa dinâmica, os turistas ficam concentrados (hospedados) no litoral urbano (com indícios de forte isolamento – como é o caso da Via Costeira – “ilha” turística representada por círculo sem tracejado), ou avançam em outros litorais mais distantes e de difícil acesso. Ou seja, a configuração da cidade mantém os visitantes em espaços limitados e destinados à prática exclusiva do turismo.

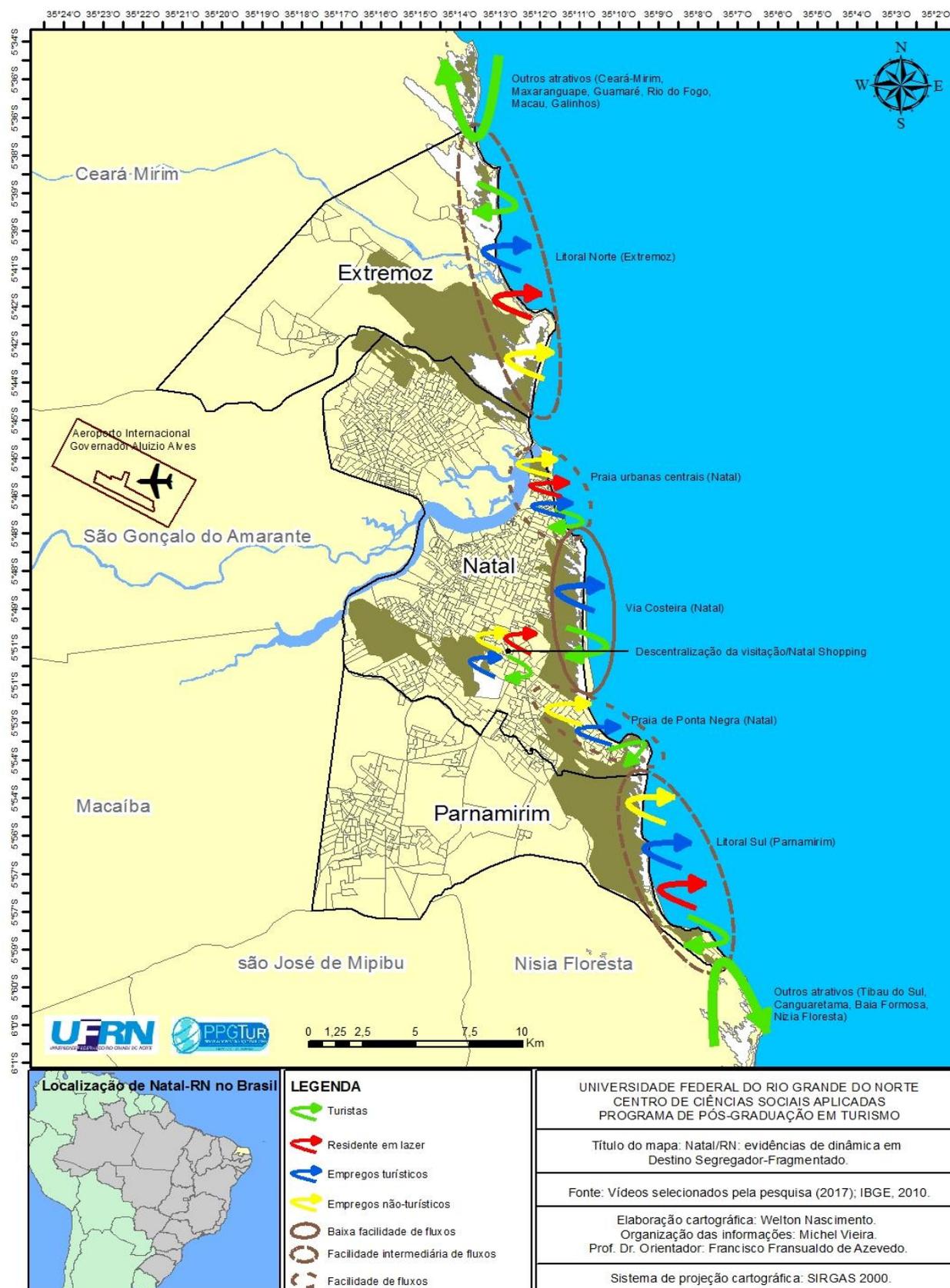


Figura 135. Nascimento, Vieira e Azevedo(2017). Natal/RN: evidências de dinâmica em Destino Segregador-Fragmentado[Mapa]

O mapa evidencia 5 áreas funcionais turísticas bem demarcadas:

- Litoral Norte (Extremoz) e Litoral Sul (Parnamirim) – Em que o tracejado é mais estreito e representa o baixo acesso dos moradores (período de veraneio – facilidade intermediária de fluxo residente), e presença maciça de turistas.
- Praia de Ponta Negra e Praias Centrais – Em que o tracejado é mais aberto e indica um maior fluxo de residentes (em momento de lazer, trabalho turístico e não turístico) circulando em área de interesse funcional turístico. Apesar disso, a pesquisa mostra que as praias urbanas centrais (Areia Preta, do Meio, do Forte e dos Artistas) são pouco utilizadas pelos turistas.
- Via Costeira – Como já mencionada, sua representação “sem tracejado” indica um claro exemplo de enclave turístico, onde o residente (a não ser em condição de trabalhador do turismo), não ultrapassa a barreira distintiva e por isso dialoga com tal região – que conta com a maior extensão litorânea da cidade de Natal.

Diversas foram as ações que permitiram essa dinâmica turística e configuração territorial que mantêm o turista de massa em uma espécie de corredor de praias, sem permitir uma imersão mais direta e efetiva na cidade, não adentrando o seu núcleo, para o encontro com sua história e seu povo na vida cotidiana. Desde os idos dos anos 1960 (inauguração do Hotel Reis Magos – Praia do Meio), projetos com foco no fomento do turismo já sinalizavam para o uso do litoral como principal atrativo turístico. Dessa maneira, consolida-se o binômio sol e praia em hotéis de luxo com projetos como o da Via Costeira da cidade (10 km de praias com difícil acesso para residentes – carência de segurança, transporte, pontos de ônibus e de alimentação).

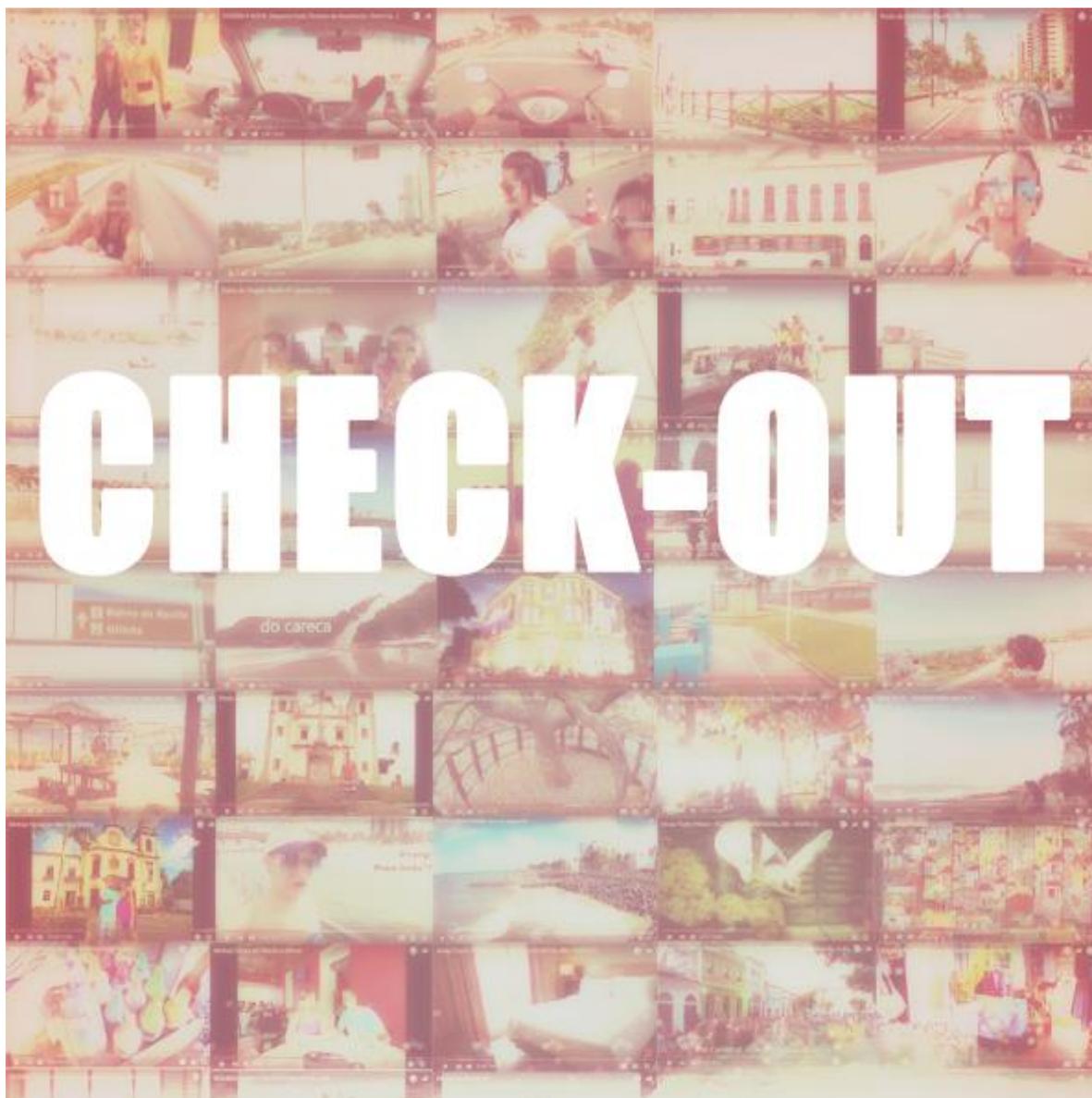
Destaca-se também o investimento em projetos que facilitaram a segregação socioespacial (Guirriec, 2008) e escoamento do turista para atividades litorâneas no sentido

sul e norte da capital, como a Rota do Sol (sentido sul), além do prolongamento da BR-101 e da Ponte Newton Navarro (sentido norte). Acrescido a isso, outras ações – essas de caráter publicitário nacional e estrangeiro, consolidaram praticamente um único forte segmento para o destino Natal, o de sol e praia, inserindo o turista em uma dinâmica solar, praieira e dunar. Dinâmica essa em que a imaginação do turista sobre o destino torna-se “elástica”, quando em diversos casos visitar os municípios de Maxaranguape Tibau do Sul, Canguaretama ou Baía Formosa, é, equivocadamente, conhecer Natal, mesmo esses municípios estando a 46, 76, 80 e 100 km de distância da capital, respectivamente.

Esse investimento massivo em tal imagem e espaços litorâneos (muitas vezes fora do perímetro urbano) torna-se limitante quando se observa baixo incentivo a propostas, projetos e ações públicas e privadas com foco na diversificação do produto turístico. Em Natal não se insere fortemente espaços tradicionais e históricos de valorização da cultura e do lazer cidadão na agenda do turismo para fortalecer a identidade e marca turística. Isso auxiliaria na maior permanência do turista na cidade e seu contato para além do muro invisível que o separa da performance cotidiana. Esses elementos consolidam a tese de que Natal tem indícios de um processo de turistificação que segrega.

Em síntese, o *Planejamento Urbano da Cidade-Cenário* [PUC-C] de Natal indica aos visitantes atividades de lazer distintas muitas vezes daquelas vividas pelos residentes, confinando-os em áreas funcionais turísticas edificadas e sitiadas (Via Costeira, por exemplo). Na mesma medida, percebe-se uma *Ação Pública e Privada sobre o Turismo* [APPT], que enaltece essas “ilhas turísticas”, esse isolamento, e em alguns casos descaracterizando a cultura (dromedários em dunas nordestinas, por exemplo), em prol de uma oferta de mercado com baixa diversidade na segmentação, dedicando-se quase que exclusivamente ao turismo de sol e praia. Segmento que, quando trabalhado majoritariamente em um destino, em muitos casos deixa de avançar em novas dinâmicas turísticas, na

pluralidade de experiências, sendo refém do risco econômico que é a dedicação a apenas um tipo de turismo.



**CONSIDERAÇÕES FINAIS: Pelo encontro
do turista com a cidade**



Considerações Finais: Pelo encontro do turista com a cidade

Diversas são as formas de integração do turista com a cidade e seus elementos físicos, fluxos, paisagens, pessoas. Entretanto, a partir da análise realizada, percebe-se que alguns fatores são determinantes para a dinâmica que envolve esse processo de integração, permitindo uma maior fluidez na relação do turista com a cidade e os seus, ou seu isolamento e controle em experiências superficializadas, distantes do seio da urbe em sua essência.

E foi na busca por esses fatores que interferem nesse processo que esta pesquisa se estruturou. Estruturação que atentou para a hipótese – agora confirmada – de que o *Planejamento Urbano da Cidade, as Ações Pública e Privada sobre o Turismo*, além de sua *Configuração Territorial*, são aspectos que, dentro da cidade-cenário, ora criam espaços de encontro e de convívio entre turistas e residentes, ora edificam muros (muitas vezes simbólicos e invisíveis) ou ilhas onde o que está à margem não deve incomodar os interesses do turismo, embora nem sempre isso ocorra de fato.

A partir da representação de experiências de viagem registradas em vídeo sobre Recife-PE e Natal-RN, esse trabalho objetivou analisar o processo de integração *versus* segregação de visitantes inseridos num contexto de turismo de massa, especialmente em cidades no nordeste brasileiro. Após análise, o que se verifica é uma clara distinção (inclusive em mapa) entre as cidades no que se refere aos processos de integração, em que estão presentes a força do capital, os processos de estetização, espetacularização, mas também a resistência manifesta na valorização da paisagem citadina e tudo que ela representa.

Bastante próxima à perspectiva sugerida como DESTINO INTEGRADOR, a cidade de Recife – estudada na secção 4 junto aos municípios de Olinda e Jaboatão dos Guararapes - se mostra imersa em uma configuração territorial que favorece a intensidade intraurbana de fluxos turísticos. Configuração essa que também resultou de movimentos que antecederam o crescimento do turismo na região. Suas áreas de interesse turístico são pulverizadas em

diversos campos da cidade. Para além disso, observa-se uma dinâmica cidadina em que espaços e elementos culturais, históricos e naturais voltados para a oferta turística também em certa parte estão inseridos no cotidiano de lazer da população local – que de diversos desses espaços se apropria.

Não se quer aqui concluir que a cidade possui uma performance cotidiana “perfeita”, mesmo porque são sabidos os grandes problemas estruturais enfrentados pela região metropolitana de Recife em diversos aspectos socioespaciais. Entretanto, quando se trata das experiências de viagem – que é o foco desta pesquisa – o destino revela em suas representações paisagísticas um formato mais orgânico e que envolve seus visitantes, levando-os às ruas, às práticas e vivências recifenses, por meio de segmentação de mercado de certo centrado no turismo cultural, mas também diversificado com o incremento do turismo de eventos, sol e praia, entre outros.

Do outro lado dessa polarização apresentada pela pesquisa, enquanto representante da perspectiva de DESTINO SEGREGADOR-FRAGMENTADO, a cidade de Natal (analisada na secção 5, junto aos municípios de Extremoz e Parnamirim) oferece claramente a reprodução de um modelo de experiência de viagem em que o acesso a espaços e dinâmicas cidadinas é mínimo, ou nulo (vice-versa). As vivências turísticas em solo natalense se restringem à sua faixa litorânea (basicamente para hospedagem e alimentação), com agravante quando se trata de áreas exclusivamente turísticas no seu tecido urbano (exemplo da Via Costeira), onde o residente praticamente não frequenta, a não ser a trabalho, tampouco dedica suas horas livres às práticas de lazer e entretenimento nesse espaço.

Em geral, para os turistas, passar dias de férias em Natal significa, sobretudo, visitar praias, dunas, lagoas e cenários criados, a exemplo do “deserto” simulado nas dunas de Jenipabu (Extremoz-RN). Inclusive, passa muitas horas em passeio às vezes fora da capital, resultando em uma imaginação geográfica bastante limitada. Nessa realidade, o *trade*

turístico (público e privado) torna-se o grande responsável por oferecer e conduzir o turista a uma experiência superficial e falseada de cidade, praticamente sem história, sem cultura, sem moradores, com baixo contato com o que está para além da área do interesse turístico. Área que tem em sua oferta a dedicação a apenas um segmento – o de sol e praia – que se deve lembrar “está em alta”, colocando o destino em posição confortável em ranking de visitas. Entretanto, a não diversificação da oferta mostra um perigoso caminho rumo à estagnação e declínio – tendo em vista a sensibilidade que normalmente o turismo sofre (sendo facilmente vítima de problemas climáticos, sociais, políticos, diplomáticos, de saúde pública, etc)..

Essas duas polarizações representadas pelas capitais nordestinas de Recife-PE e Natal-RN serviram para exemplificar e consolidar impressões acerca do que se chamou de perspectivas de integração *versus* segregação. E dentro dessa ideia que reconhece tais perspectivas como esquema auxiliar na assimilação da realidade, é que a pesquisa entende ser possível relativizar os extremos de DESTINO INTEGRADOR e SEGREGADOR.

Mesmo entendendo as duas capitais visitadas como evidentes representantes dos traços de polaridade nos processos de integração do turista com a cidade, é preciso, em novas pesquisas, avaliar outras características que podem referir-se a novas perspectivas – inclusive mais flexíveis. A exemplo disso, podemos apresentar um possível modelo de DESTINO MODERADO – que assimila características medianas entre a integração e segregação do turista com a cidade. E sinalizando a necessidade de novos trabalhos, a pesquisa propõe a seguir tal perspectiva para ser consolidada nas próximas análises.

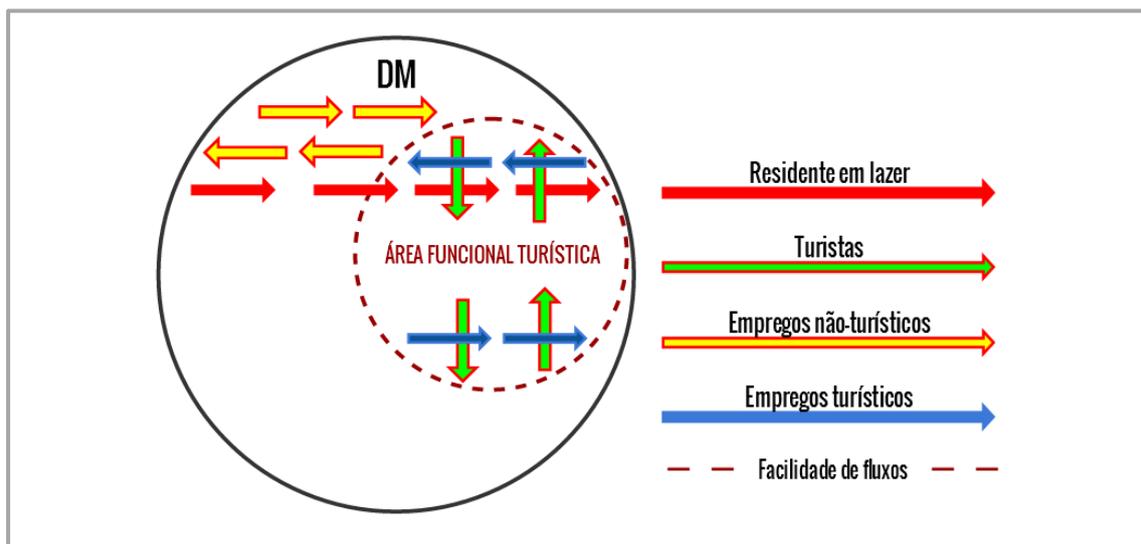


Figura 136. Destino Moderado [DM]

- *Planejamento Urbano da Cidade-Cenário [PUC-C]* – As agendas, projetos, ações governamentais de incentivo ao turismo, mobilidade e lazer público para a cidade (eventos culturais, sociais e esportivos, parques, equipamentos históricos e de consumo, circuitos, rotas etc.), permitem aos turistas e residentes programações semelhantes de entretenimento, mas em áreas funcionais turísticas claramente estabelecidas e sitiadas para a fixação do turista (que normalmente não sai dela).
- *Ação Pública e Privada sobre o Turismo [APPT]* – O segmento-motivação turístico divulgado pela iniciativa privada (mesmo reconhecendo o papel do estado nesse processo) coincide com uma prática que valoriza moderadamente a atratividade cultural, patrimônio histórico e social do destino turístico (capital cultural), mas também atividades caracterizadas pela exclusividade e isolamento turístico – representados pontualmente por casos de expulsão do antigo residente do local agora turistificado. Esse poder privado é representado por agências de turismo emissor e/ou receptor, meios de hospedagem, serviços de A&B e compras, promotor de uma experiência turística que destaca algumas características tradicionais da cidade, mas que também oferece opções de lazer e

conforto eminentemente turísticas em áreas segregadas (sendo esse equilíbrio nem sempre facilmente observado).

- *Configuração Territorial [CT]* – A área de interesse funcional turístico está centralizada em local específico para o uso do turismo e para a dinâmica de lazer citadino – sendo perceptível a distinção entre área turística e demais áreas da cidade (residencial, de trabalho não-turístico). Os espaços de circulação e pontos de visitação turística são sitiados para a permanência do turista nessas áreas da cidade, apesar de o residente ter facilidades para adentrar e se utilizar delas para o lazer. As áreas funcionais turísticas coincidem com locais de trabalho (emprego majoritariamente para atividade turística) e sítios de práticas de lazer do residente de algumas classes sociais.

Conclui-se esta pesquisa com a certeza da confirmação de sua tese, que, por meio de um caminho metodológico inovador, mostrou processos distintos de integração, tema importante na área do turismo e que necessita avançar em trabalhos que utilizem outras linguagens do mundo contemporâneo. Trabalhos que, ao invés de coadunarem com propostas de consumo raso de um destino preocupado apenas com lucros imediatos, sem um planejamento a longo prazo, levantem a bandeira de um turismo onde haja a valorização da paisagem citadina, do seu povo e do encontro, permitindo um turismo mais harmonioso e inclusivo.



REFERÊNCIAS



Referências

- Andrade, M. C. (1995). *A produção do espaço norte-rio-grandense*. Natal: Ed. Universitária.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS [ABEOC] [website]
Recuperado de: <http://www.abeoc.org.br/2017/05/recife-e-destaque-em-turismo-de-eventos-no-nordeste/> Acesso em: 26 maio. 2017.
- Aumont, J. (1993). *A Figura*. Campinas: Papirus.
- Azevedo, A. F. (2009) Geografia e cinema. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendhal (Orgs.).
Cinema, música e espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Azevedo, F. F. (2014) *Desenvolvimento regional e potencial turístico no Seridó Potiguar*.
Natal: EDUFRN.
- Azevedo, F. F., Figueiredo, S., Nóbrega, W., & Maranhão, C. (2013) Turismo em foco:
globalização e políticas públicas. In F. F. Azevedo et al. (Orgs.). *Turismo em foco*.
Belém: NAEA.
- Azevedo, F. F., Locatel, C., Silva, R., & Gurgel, E. (2013a). *A internacionalização do turismo no mundo subdesenvolvido (Brasil e Moçambique): problematizando a sustentabilidade turística*. Peru: Observatório geográfico América Latina, EGAL.
- Azevedo, F. F., Santos, K., & Nunes, M. R. (2014). Turismo e capital social: uma aproximação teórica e conceitual. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 443-452p.
- Barbosa, A., & Cunha, E. (2006). *Antropologia e imagem*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.

- Barbosa, L., & Gonçalves, D. (2014) A paisagem em geografia: diferentes escolas e abordagens. *Élisée, Rev. Geo. UEG*. 3(2), 92-110.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barretto, M. (1998). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas: Papirus.
- Barretto, M. (2000) As Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo. In C. M. T. Serrano, H. T. Bruhns, & M. T. D. P. Luchiari (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo* (pp.17-36). Campinas: Papirus.
- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulação*. Trad. Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio d'água.
- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2015). *Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Rio de Janeiro: Vozes.
- Bauman, Z. (1998). *O mal-estar da pós-modernidade*. Tradução de Mauro Gama. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2009). *Confiança e medo na cidade*. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar.
- Beni, M. C. B. (2001). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora SENAC .
- Berque, A. (1998) Paisagem-marca, paisagem-matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. In R. L. Corrêa, Roberto Lobato & Z. Rosendhal (Orgs.). *Paisagem, tempo e cultura* (pp.84-91). Rio de Janeiro: Eduerj.
- Bertrand, G. (1968) Paisagem e geografia física global. Esboço metodológico. Tradução: Olga Cruz. Trabalho publicado, originalmente na *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 39(3), 249-272 sob título: Paysage et géographie physique globale.

- Esquisse méthodologique. *Revista RAEGA*, n 8, p.141-152, 2004, Curitiba: Editora UFPR.
- Besse, J. (2014). *O gosto do mundo: exercícios de paisagem*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Bitoun, J., & Miranda, L. (2015a) Região Metropolitana do Recife: Estratificação social, estrutura e organização do território. In J. Bitoun, & M. A. Miranda (Orgs.). *Recife: transformações na ordem urbana* (pp. 149-197). Rio de Janeiro: Letra Capital.
- Bitoun, J., & Miranda, M. A. (2015). Introdução: transformações na ordem urbana da RMC. In J. BITOUN, & M. A. Miranda. (Orgs.). *Recife: transformações na ordem urbana* (pp. 17-40). Rio de Janeiro: Letra Capital.
- Bullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Calvino, Í. (1990). *As cidades invisíveis*. Tradução Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras.
- Campos, R. (2014). A cidade e os espaços públicos: sociabilidade, medo e violência nas praças de João Pessoa/PB. In L. Coradini, & J Barbosa Jr (Orgs.) *A cidade e suas imagens*. Natal: EDUFRN.
- Carvalho, A. C. (2009). *Turismo e produção do espaço no litoral de Pernambuco*. (Dissertação de mestrado). Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, SP, Brasil.
- Cascudo, L. C. (1980). *História da cidade do Natal*. Natal: Civilização Brasileira.
- Cascudo, L. C. (1984). *História do Rio Grande do Norte* (2a ed.). Natal: Fundação José Augusto.
- Castro, I. E. (2002). Paisagem e turismo: de estética, nostalgia e política. In E. Yáziqi (Org.) *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto.

- Cauquelin, A. (2007). *A Invenção da Paisagem*. Tradução de Marcos Marcionil. São Paulo: Martins Fontes.
- Cazes, G. (1996). Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes. In A. B. Rodrigues (Org.) *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec.
- Celestino, E. D. (2014). O espaço público na modernidade. In L. Coradini, & J. D. Barbosa Jr. (Orgs.) *A cidade e suas imagens*. Natal: EDUFERN.
- Chantal, B., & Raison, J. P. (1986) *Enciclopédia Einaudi*. (v.8, pp.138-159). Lisboa: Imprensa Nacional.
- Chemin, M. (2011). *Cidade e turismo: retratos da paisagem urbana de Ponta Grossa*. Ponta Grossa: Editora UEPG.
- Christin, R. (2008) *Manuel d'antitourisme*. Paris: Éditions Yago.
- Claval, P. (1997) As abordagens da geografia cultural. In I. E. Castro, P. C. C. Gomes, & R. L. Corrêa (Orgs.). *Explorações geográficas* (pp. 89-117). Rio de Janeiro: Bertrand.
- Claval, P. (2001) O papel da nova geografia cultural na compreensão da ação humana. In Z. Rosendahl, & R. L. Corrêa (Orgs.) *Matrizes da geografia cultural* (pp. 35-86). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Claval, P. (2004) A Paisagem dos Geógrafos. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendahi (Orgs). *Paisagens, textos e identidade* (pp. 13-74). Rio de Janeiro: EDUERJ.
- Clementino, M. L. (2002) Políticas públicas e promoção econômica das cidades. In M. Valença, & R. C. Gomes (Orgs.). *Globalização & desigualdade* (pp. 122-135). Natal: A.S. Editores.

- Clementino, M. L., Tinoco, M., & Bentes, D. (2009). Articulações e contradições da estrutura urbana e metropolitana no turismo internacional de sol e mar em Natal. In M. L. Clementino, & Z. S. Pessoa (Orgs.). *Natal: uma metrópole em formação* (pp. 143-164). Natal: Educ-PUC.
- Corrêa, R. L., & Rosendahl, Z. (2009) Cinema, música e espaço: uma introdução. In R. L. CORRÊA, & Z. Rosendahl (Orgs.). *Cinema, música e espaço* (pp. 7-14). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Corrêa, R. L. (2001). Carl Sauer e a Escola de Berkeley – uma apreciação. In Z. Rosendahl, & R. L. Corrêa. *Matrizes da geografia cultural* (pp. 9-34). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Corrêa, R. L. (2011). Denis Cosgrove: a paisagem e as imagens. *Espaço e cultura*, n 29, 7-21.
- Corrêa, R. L., & Rosendahl, Z. (1998). Apresentando leituras sobre paisagem, tempo e cultura. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendahl (Orgs.). *Paisagem, tempo e cultura* (pp. 7-11). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Cosgrove, D. (2012) A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendahl. *Geografia cultural: uma antologia* (pp. 219-238). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Costa, A. A. (2000). *A verticalização e as transformações do espaço urbano de Natal-RN*. (Tese de doutorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Costa, F. (2014). O conceito de espaço em Milton Santos e David Harvey: uma primeira aproximação. *Revista Percurso – NEMO*, 6(1), 63- 79.

- Costa, M. H. (2005). As paisagens urbanas e o imaginário fílmico. In M. H. Costa, M. Moraes (Orgs.). *Espaço, cultura e representação* (pp. 81-97). Natal: EDUFRN.
- Costa, O. J. L. (2012). A imaginação geográfica e as representações dos lugares sagrados. *Espaço e cultura*, n. 32, 48-60.
- Crang, M. (1998). *Cultural Geography*. Londres: Routledge.
- Crang, M. (2004) Geografias culturais do turismo. In A. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Orgs.) *Compêndio de turismo* (pp. 100-108), Lisboa: Ciência e tecnologia.
- Cruz, R. C. A. (2007). *Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares*. São Paulo: Roca.
- Da Silva, M. G. L. (2004). *Cidades Turísticas: identidades e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph.
- Deffontaines, P. (1952). *Geografia Humana do Brasil* (2a ed.) Rio de Janeiro: Casa do Estudante Brasileiro.
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2011) Áreas funcionais turísticas urbanas: um panorama dos principais temas e questões. In B. Hayllar et al. (Orgs.). *Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos* (pp. 41-48). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Feifer, M. (1985). *Going Places: The Ways of the Tourist from Imperial Rome to the Present Day*. Londres: Macmillan.
- Ferreira, A., Silva, A. F., & Fonseca, M. P. (2009) Dinâmica imobiliária, turismo e meio ambiente: novos cenários metropolitanos. In M. L. Clementino, & Z. Pessoa (Orgs.) *Natal: uma metrópole em formação*. Natal: EDUC.
- Figueiredo, S. (2012). Resenha do livro: Manuel d'antitourisme, de Rodolphe Christin. *Novos Cadernos NAEA*, 15(1), 353-361.

- Figueiredo, S. L. (2010) *Viagens e viajantes*. São Paulo: Editora Annablume.
- Figueiredo, S. & Ruschmann, D. (2004). Estudo genealógico das viagens, viajantes e turistas. *Novos Cadernos NAEA*, v. 7, n. 1, 155-188.
- Fortuna, C., & Ferreira, C. (1996). O Turismo, o Turista e a (Pós) Modernidade. *CES Publicações – Coimbra*, n 80, 01-17.
- Frolova, M. (2007) A paisagem dos geógrafos russos: a evolução do olhar geográfico entre o século XIX e XX. *Revista RAEGA*, n. 13, 159-170.
- Gallero, Á. (1996). El impacto de la globalización sobre el turismo. In A. B. RODRIGUES (Org.). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais* (pp. 33-38). São Paulo: Hucitec.
- George, P. (1968). *A ação do homem*. São Paulo: Difel.
- Gesteira, H. (2004). O Recife holandês: história natural e colonização neerlandesa (1624-1654). *Revista da SBHC*, 2(1), 6-21.
- Giddens, A. (2000) *Um mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.
- Gomes, P. C. (2008). Cenários para a geografia: sobre a espacialidade das imagens e suas significações. In Z. Rosendahl, & R. L. Corrêa (Orgs.) *Espaço e cultura: pluralidade temática* (pp. 187-210). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Harvey, D. (1973) *Social Justice and the City*. Londres: Edward Arnold e Baltimore: John Hopkins University Press.
- Harvey, D. (2011). *O enigma do capital: e as crises do capitalismo*. Tradução de João Alexandre Peschanski. São Paulo: Boitempo.

Harvey, D. (2012). O espaço como palavra-chave. *GEOgraphi*, 14(28),8-39.

Harvey, D. (2013, July). O direito á cidade. *Revista Piauí*. [website] Recuperado de:

Recuperado de <http://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-direito-a-cidade>.

Hayllar, B, Grirrin, T., & Edwards (2011). Turismo em áreas urbanas: compreendendo o campo de estudo. In B. Hayllar et al. (Orgs.). *Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos* (pp. 1-7). Rio de Janeiro: Elsevier.

Hopkins, J. (2009) Um mapeamento de lugares cinemáticos: ícones, ideologia e o poder da representação enganosa. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendhal (Orgs.). *Cinema, música e espaço* (pp. 59-94). Rio de Janeiro: EdUERJ.

Índice de Desenvolvimento de Educação Básica [IDEB] [website] Recuperado de:

<http://ideb.inep.gov.br/resultados>_Acesso em: 10 de dezembro. 2016.

Índice de Desempenho do Sistema Único de Saúde [IDSUS] [website] Recuperado de:

<http://idsus.saude.gov.br/mapas.html>_Acesso em: 04 março. 2015

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. [website] Dados da cidade de Natal. <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 janeiro. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. [website] Dados da cidade de Recife. <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 27 dezembro. 2016.

Krippendorf, J. (1977). *Les devoreurs de paysages: le tourisme doit-il de truire les sites out le font vivre?*. Lausanne: Editions 24 heures.

Krippendorf, J. (2003). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.

La Blache, P. V. (1908). *Tableau de la géographie de la France*. Paris:

- La Blache, P. V. (1985). As Características Próprias da Geografia. In A. Christofolletti, *Perspectivas da geografia* (2a ed., pp. 37-47). São Paulo: Difel.
- La Blache, P. V. (2007). Conferência feita na École des Hautes Études sociales e publicada nos *Annales de Géographie* (XI, n 55, pp. 13-23, 19002). Tradução: Guilherme Ribeiro. Revisão Técnica: Rogério Haesbaert. *GEOgraphia*, 9(18).
- Lima, Z., & Maciel, A. B. (2011). O conceito de paisagem: diversidade de olhares. *Sociedade e Território*, 23(2), 159-177.
- Lipovetsky, G, & Serroy, J. (2015). *A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista*. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lipovetsky, G. (1989). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Cia das Letras.
- Lopes, D. (2010). Paisagens transculturais. In A. França, & D. Lopes (Orgs.). *Cinema, globalização e interculturalidade* (pp.91-110). Santa Catarina: Argos.
- Lopes, R. M., & Ferreira, L. (2013). O turismo no estado do Rio Grande do Norte. In G. Albano, L. Ferreira, & A. Alves (Orgs.) *capítulos de Geografia do Rio Grande do Norte* (pp. 193-228). Natal: Fundação José Augusto.
- Maccannell, D. (1999). *The Tourist: a new theory of the leisure class*. California: University of California Press.
- Machado, L. (1988). A Serra do Mar paulista: um estudo de paisagem valorizada. (Tese de Doutorado). Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, SP, Brasil.

- Maciel, C. A. A. (2001). Morfologia da Paisagem e Imaginário Geográfico: Uma Encruzilhada Onto-Gnoseológica. *Revista Geographia*, 2(6), 01-12.
- Marquesi, A. (2013). Relacionamento entre marcas e homens pós-modernistas, pós-humanistas e maquina dependentes; nas mídias sociais on-line. *XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 01-15, Bauru, São Paulo, Brasil.
- Maximiano, L. (2004). Considerações Sobre o Conceito de Paisagem. *R. RA'E GA*, n. 8, 83-91, Editora UFPR, Curitiba, PR, Brasil.
- Mccabe, S. (2009). What is a tourist? Conceptual and theoretical phases and principles. In J. TRIBE (Org.) *Philosophical issues in tourism* (pp. 25-42). Toronto: Channel View Publications.
- Melazzo, E. (2013). Estratégias fundiárias e dinâmicas Imobiliárias do capital financeirizado no Brasil. *Mercator*, 12(2), 29-40, Fortaleza, CE, Brasil.
- Melo, E. M. (2009). *Paisagem em foco: leituras fotográficas de Jardim do Seridó*. Natal: EDUFRN.
- Mendonça, R. (1996). Turismo ou meio ambiente: uma falsa oposição?. In A. Lemos (Org.) *Turismo: impactos socioambientais* (pp. 19-25). São Paulo: Hucitec.
- Meneses, U. T. B. (2002). A paisagem como fato cultural. In E. Yáziqi (Org.) *Paisagem e turismo* (pp. 29-64). São Paulo: Contexto (Coleção Turismo).
- Merleau-Ponty, M. (1999). *Fenomenologia da percepção* (2a ed.). Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes.
- Merleau-Ponty, M. (2004). *Conversas, 1948*. Tradução de Fábio Landa e Eva Landa. São Paulo: Martins Fontes.

Milagres, V., & Souza, L. (2012). Ensaio sobre a paisagem e o turismo: uma viagem além das disciplinas. *Revista Geografia*, 21(1), 37-63, Londrina, PR, Brasil.

Ministério do Turismo [MTUR] *Índice de competitividade do turismo nacional: relatório Brasil 2015*. Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. Brasília, DF: Ministério do Turismo.

Ministério do Turismo [MTUR] Nordeste- a região preferida dos viajantes brasileiros.

[website] Recuperado de: <http://www.turismo.gov.br.html> Acesso em: 28 dezembro. 2016.

Morin, E. (2014). *O cinema ou o homem imaginário: ensaio de antropologia sociológica* (1a ed.). Tradução de Luciano Loprete. São Paulo: É Realizações.

Mowforth, M, & Munt, I. (2007). *Tourism and sustainability: development and the new tourism in the third world*. New York: Routledge.

Name, L. (2013). *Geografia pop: o cinema e o outro*. Rio de Janeiro: Apicuri/PUC-Rio.

Nóbrega, W. (2013). Turismo, desenvolvimento e políticas públicas: limites e avanços do estado do Pará. In F. Azevedo, W. Nóbrega, & C. Maranhão (Orgs.). *Turismo em foco* (pp. 92-115). Belém: NAEA.

Nunes, C. (2002). A paisagem como teatro. In E. Yázigi. *Turismo e paisagem* (pp. 215-223). São Paulo: Contexto (Coleção Turismo Contexto).

Observatório das Metrôpoles (2015) [website] Recuperado de:

http://www.observatoriodasmetrololes.net/index.php?option=com_k2&view=item&id=1148:estatuto-da-metr%C3%B3pole-avan%C3%A7os-limites-e-desafios&Itemid=180&tmpl=component&print=1&lang=pt Acesso em: 4 novembro. 2016.

- Oliveira JR. W. M. (2012). Lugares geográficos e(m) locais narrativos: um modo de se aproximar das geografias de cinema. In: E. J. Marandola, W. Holzer, & L. S. Oliveira (Orgs.) *Qual o espaço do lugar?: geografia, epistemologia, fenomenologia* (pp. 119-154). São Paulo: Perspectiva.
- Palhares, G. L. (2002). *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph.
- Panosso Netto, A., & Trigo, L. G. (2009). *Cenários do turismo brasileiro*. São Paulo: Aleph.
- Paradis, T. (2004). Temática, turismo e a cidade da fantasia. Geografias culturais do turismo. In A. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Orgs.) *Compêndio de turismo* (pp. 225-240). Lisboa: Ciência e tecnologia.
- Passarge, S. (1919). *Die grundlagen der landschaftskunde*, Hanburgo: L. Friederichsen & Company.
- Pires, P. (2002) Paisagem litorânea de Santa Catarina como recurso Turístico. In: E. Yázig; A. F. Carlos; R. C. Da Cruz, (Orgs). *Turismo – espaço, paisagem e cultura*. (pp. 161-177) São Paulo: Hucitec.
- PNUD (2010) Recuperado de:
<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/rankings/idhm-municipios-2010.html> Acesso em 20 julho. 2015.
- Putnam, R. (1996). *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Tradução de Luiz Alberto Monjardin. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Editora.
- Rabahy, W. (2003). *Turismo e Desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento*. Barueri: Manole.

- Ramos, S. P. (2010). Turismo e desenvolvimento local: uma “viagem de inclusão?”. In S. P. Ramos, & L. Cerdan (Orgs.). *Turismo, políticas e desenvolvimento humano* (pp. 15-38). Porto Alegre: Asterisco.
- Rodrigues, A. B. (2003). Patrimonio, territorio y emprendedorismo: pilares del desarrollo del turismo con base local. *Revista Aportes y transferencias*, 2(7), 11-30, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Rodrigues, A. M. (2004). Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In C. Serrano, H. Brunhs, & M. T. Luchiari (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo* (pp. 171-188). Campinas: Papyrus.
- Sachs, I. (1986). *Espaços, tempos e estratégias do desenvolvimento*. Tradução de Luiz Leite de Vasconcelos e Eneida Araújo. São Paulo: Vértice.
- Sánchez, F. (2003). *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó: Argos.
- Santana, A. (2009). *Antropologia do Turismo: Analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.
- Santos, B. S. & L. Avtrizer (2003). Introdução: para ampliar o cânone democrático. In Santos, B. S. *Democratizar a democracia*. (pp. 39-81). Porto: Afrontamento.
- Santos, M. (1991). *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M. (1991a). Por um novo planejamento urbano-regional. In *ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR*, 29-31, Salvador, BA, Brasil. Recuperado de <http://unuospedagem.com.br/revista/rbeur/index.php/anais/article/view/1745/1714>
- Santos, M. (2007). *O espaço do cidadão*. São Paulo: EdUSP.

- Santos, M. (2001). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record.
- Santos, M. (2007). *O espaço do cidadão*. São Paulo: EdUSP.
- Santos, M. (2008). *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional* (5a ed.). São Paulo: EdUSP
- Santos, M. (2012). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: EdUSP.
- Santos, M. (2014). *Espaço e método*. São Paulo: Nobel.
- Sarmiento, J. (2012). David Harvey e a geografia cultural. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendahl. *Geografia cultural: uma antologia* (pp. 129-152). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Sauer, C. (1925/2012). A morfologia da paisagem. In R. L. Corrêa, & Z. Rosendahl (Orgs.) *Geografia cultural: uma antologia* (v. I, pp. 181-218). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Schier, R. A. (2003). Trajetórias do conceito de paisagem na geografia. *Revista RAEGA*, n. 7, 79-85, Editora UFPR, Curitiba, PR, Brasil.
- Schmid, C. (2012). A teoria da produção do espaço de Henri Lefebvre: em direção a uma dialética tridimensional. *GEOUSP – espaço e tempo*, n. 32, 89-109, São Paulo, SP, Brasil.
- Secretaria do Estado do Rio Grande do Norte [SETUR/RN] [website] Recuperado de: <http://www.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=93310&ACT=null&PAGE=null&PARM=null&LBL=not%C3%8Dcia> Acesso em: 10 abril. 2016.

- Selby, Martin; Hayllar, Bruce & Griffin, Tony. (2011). A experiência do turista nas áreas funcionais turísticas. In: Hayllar, Bruce, et al. (Orgs.). *Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos*. (pp. 103-114). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Sen, A. (2000). *Desenvolvimento como liberdade*. Tradução de Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras.
- Silva, M. & Azevedo, F. (2015). Por um turismo “inclusivo” e “harmonioso”: reflexões sobre desenvolvimento à luz de Jost Krippendorf. *XII Congresso da ANPTUR*, 01-15, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil.
- Silva, M. (2011). *Segregação socioespacial e turismo: estudo da representação fílmica de Natal- RN criada pelos turistas e residentes*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Rio Grande do Norte, RN, Brasil.
- Silva, M. (2016). “Cada um no seu quadrado”: evidências de segregação social (turistas e residentes) nas práticas litorâneas de lazer no destino Natal – RN. *Revista Iberoamericana de Turismo*. v. 6, n. 1, Penedo, AL, Brasil.
- Singer, P. (1982). *Desenvolvimento e Crise*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Smith, M., & Duffy, R. (2003). *The ethics of tourism development*. New York: Routledge.
- Smith, N. (1988). *Desenvolvimento desigual: natureza, capital e a produção do espaço*. Tradução de Eduardo de Almeida Navarro. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Soja, E. (1993). *Geografias pós-modernas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Souza, M. Â., Lima, R. M., Anjos, K., & Silva, A. (2015). As formas de provisão da moradia na configuração socioespacial da Região Metropolitana do Recife. In J. Bitoun, & M.

- A. Miranda (Orgs.). *Recife: transformações na ordem urbana* (pp. 241-285). Rio de Janeiro: Letra Capital.
- Souza, M. L. (2013). *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Sposito, M. E. B. (2011). A produção do espaço urbano: escalas, diferenças e desigualdades socioespaciais. In A. F. Carlos, M. Souza, & M. E. B. Sposito (Orgs.). *A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios* (pp. 123-145). São Paulo: Contexto.
- Sposito, M. E. B., & Góes, E. M. (2013). *Espaços fechados e cidades: Insegurança urbana e fragmentação*. São Paulo: UNESP.
- Swinglehurst, E. (2001). Contato direto: os efeitos do turismo nas sociedades do passado e nas atuais. In F. T. William (Org.) *Turismo Global*. São Paulo: SENAC.
- Teifer, D., & Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. New York: Routledge.
- Terkenli, T. (2004). Turismo e Paisagem. In A. Lew, C. M. Hall, & A. Williams, Allan. (Orgs.) *Compêndio de turismo* (pp. 381-390). Lisboa: Ciência e tecnologia.
- Trata Brasil. *Saneamento ainda é precário no Recife*. [website] Recuperado de: <http://www.tratabrasil.org.br>. Acesso em: 27. dezembro 2016.
- Trindade, S. L. B. (2010). *História do Rio Grande do Norte*. Natal: Editora do IFRN.
- Troll, C. (1997). A paisagem geográfica e sua investigação. *Revista Espaço e Cultura*, v. 4, 1-7, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Urbain, JD. (1993). *El idiota que viaja: relatos de turistas*. Madrid: Endymion.

Urry, J. (2001). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*.

Tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Studio Nobel/SESC.

vejabrasil.abril.com.br, acessado em 20/08/2016

Villaça, F. (n.d.) *A segregação e a estruturação do espaço intraurbano: o caso do Recife*.

Recuperado de www.flaviovillaca.arq.br/pdf/pirnp896.pdf, acessado em 12 de Janeiro de 2017.

Xavier, H. (2007). *A percepção geográfica do turismo*. São Paulo: Aleph.

Yázigi, E. (2002). A importância da paisagem. In: E. Yázigi (Org). *Turismo e paisage* (pp.

11-27). São Paulo: Contexto (Coleção Turismo Contexto).

Youell, R. (2002). *Turismo: uma introdução*. Tradução de Beth Honorato. São Paulo:

Contexto.



ANEXOS



Anexos

Anexo A - Lista de Vídeos Selecionados da Cidade de Recife

PALAVRAS-CHAVE: “FÉRIAS”; “RECIFE”.

01 - CANAL: JO SOBRAL	DATA: 13/01/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=H47uJzHxV94	DURAÇÃO: 5:42
TÍTULO: Vlog/Férias em Recife Parte 1: Marco Zero e Porto de Galinhas by Jo Sobral	VISUALIZAÇÃO: 326
	POSTAGENS: 43
	SEGUIDORES: 1.641
	LIKE: 26
	DISLIKE:0
02 - CANAL: NOE GADELHA	DATA: 26/03/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=83IGKY5duEM	DURAÇÃO: 8:20
TÍTULO: férias em Recife-PE	VISUALIZAÇÃO: 21
	POSTAGENS: 41
	SEGUIDORES: 11
	LIKE: 1
	DISLIKE: 0
03 - CANAL: JHONATANN ZANON	DATA: 24/01/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=W06o4P47z9Y	DURAÇÃO: 7:16
TÍTULO: Porto de Galinhas e Recife /PE – Férias	VISUALIZAÇÃO: 66
	POSTAGENS: 9
	SEGUIDORES: 12
	LIKE:1
	DISLIKE:0
04 - CANAL: WALTER CASTILHO DE OLIVEIRA	DATA: 24/02/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=OsChHycyqmY	DURAÇÃO: 10:28
TÍTULO: Férias em Recife-PE	VISUALIZAÇÃO: 11
	POSTAGENS: 22
	SEGUIDORES: 3
	LIKE: 0
	DISLIKE: 0
05 - CANAL: VINICIUS GHOST	DATA: 27/01/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=D2L0aY_m-sM	DURAÇÃO: 6:00
TÍTULO: Projeto Férias #2 - Cheguei, Recife !!! { Vinicius Ghost }	VISUALIZAÇÃO: 59
	POSTAGENS: 44
	SEGUIDORES: 310
	LIKE: 09
	DISLIKE: 0
06 - CANAL: CANAL DO JUNINHO	DATA: 05/11/2014
END.: https://www.youtube.com/watch?v=WWQTOcSyyPY	DURAÇÃO: 11:58
TÍTULO: Minhas Férias em Recife e Olinda	VISUALIZAÇÃO: 158
	POSTAGENS: 47
	SEGUIDORES: 27
	LIKE: 03
	DISLIKE: 00

PALAVRAS-CHAVE: "PASSEIO"; "RECIFE".

07 - CANAL: VERENA BARROS (VLOG)	DATA: 09/06/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=b3OngkHdEQE	DURAÇÃO: 07:12
TÍTULO: Vlog: Chegando em Recife, passeio em Olinda, Devas	VISUALIZAÇÃO: 1.370
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 51.165
	LIKE: 118
	DISLIKE: 4
08 - CANAL: CRISTIANE ARAÚJO	DATA: 27/04/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=a_hLcC06syc	DURAÇÃO: 13:12
TÍTULO: Conexão Recife parte 2 - Praça marco zero/Passeio de catamarã - Estilo Cristiane Araujo	VISUALIZAÇÃO: 125
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 3.355
	LIKE: 09
	DISLIKE: 00

PALAVRAS-CHAVE: "VIAGEM"; "RECIFE".

09 - CANAL: KÁTIA GLAÍSA TV GLAM	DATA: 01/06/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=3GPKZBkhMxs	DURAÇÃO: 11:57
TÍTULO: Vlog 2 Viagem pelo Nordeste: Praia da Canoa Quebrada-CE, Olinda-PE, Recife e Porto de Galinhas.	VISUALIZAÇÃO: 1.239
	POSTAGENS: 22
	SEGUIDORES: 4.365
	LIKE: 31
	DISLIKE: 02

10 - CANAL: FÊ RABÁGLIO	DATA: 07/12/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=TM0sA9D310A	DURAÇÃO: 14:49
TÍTULO: [VLOG] Viagem Recife, Olinda e João Pessoa em 3 dias Fê Rabaglio	VISUALIZAÇÃO: 420
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 5.238
	LIKE: 20
	DISLIKE: 01

11 - CANAL: FÊ RABÁGLIO	DATA: 14/12/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=B_0Ng4BskGU	DURAÇÃO: 8:11
TÍTULO: 5 Dicas Para sua Viagem à RECIFE Fê Rabaglio	VISUALIZAÇÃO: 1.244
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 5.238
	LIKE: 30
	DISLIKE: 0

12 - CANAL: PREFIRO VIAJAR	DATA: 30/05/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=W53HMZQJZ34	DURAÇÃO: 9:16
TÍTULO: 2 dias no Recife: o que fazer ? Prefiro Viajar	VISUALIZAÇÃO: 4.800
	POSTAGENS: 20
	SEGUIDORES: 995
	LIKE: 148
	DISLIKE: 02

13 - CANAL: JU STELA	DATA: 05/07/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=NI-rrsnnLJA	DURAÇÃO: 07:20
TÍTULO: Diário de Viagem Recife #1 (janeiro/2016)	VISUALIZAÇÃO: 660
	POSTAGENS: 05
	SEGUIDORES: 115
	LIKE: 47
	DISLIKE: 02

14 - CANAL: JU STELA	DATA: 12/07/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=LvaalYV-rCU	DURAÇÃO: 06:13
TÍTULO: Diário de Viagem Recife #2 (janeiro/2016) FINAL	VISUALIZAÇÃO: 470
	POSTAGENS: 05
	SEGUIDORES: 115
	LIKE: 29
	DISLIKE: 01
15 - CANAL: JADE SEBA	DATA: 04/11/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=p0bRnfBXwIs	DURAÇÃO: 08:46
TÍTULO: #JadeViaja: Recife	VISUALIZAÇÃO: 26.601
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 237.129
	LIKE: 2.330
	DISLIKE: 14
16 - CANAL: ALEXANDER EMMER	DATA: 23/06/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=bq9eFvAJR0Y	DURAÇÃO: 05:05
TÍTULO: City Tour Recife e Olinda - Dica de Viagem/PE	VISUALIZAÇÃO: 896
	POSTAGENS: 39
	SEGUIDORES: 50
	LIKE: 07
	DISLIKE:01
17 - CANAL: TRÊS FEMININ	DATA: 26/01/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=M1ie-1Q11K8	DURAÇÃO: 21:00
TÍTULO: Vem viajar com a gente! Fim de semana em Recife e Caruaru	VISUALIZAÇÃO: 469
	POSTAGENS: 46
	SEGUIDORES: 421
	LIKE: 19
	DISLIKE:00

Anexo B - Lista de Vídeos Selecionados da Cidade de Natal - RN

PALAVRAS-CHAVE: "FÉRIAS" "NATAL"

01 - CANAL: ALÔ MAROMBA	DATA: 26/ 11/ 15
END.: https://www.youtube.com/watch?v=7ztBDKar-nU	DURAÇÃO: 21:23
TÍTULO: FÉRIAS EM NATAL RN - PONTA NEGRA - PIRANGI - PIPA - BARRA DE CUNHAÚ - BAÍA FORMOSA	VISUALIZAÇÃO: 5.572
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 40.003
	LIKE: 92
	DISLIKE: 06
02 - CANAL: IRMÃS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 09/ 03/ 2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=yznMwyEN3ZE	DURAÇÃO:14:42
TÍTULO: - VLOG (FÉRIAS EM NATAL - PARTE 1)	VISUALIZAÇÃO: 108.507
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 230.430
	LIKE:3.089
	DISLIKE: 44
03 - CANAL: IRMÃS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 05/ 03/ 2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=y_5l4gf9ubc	DURAÇÃO: 14:32
TÍTULO: Irmãs Trolls Pithon - VLOG (FÉRIAS EM NATAL/RN - PARTE 2)	VISUALIZAÇÃO: 88.507
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 230.430
	LIKE: 3.680
	DISLIKE: 51
04 - CANAL: IRMÃS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 10/ 03/ 2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=ovnBnV0bU70	DURAÇÃO: 18:25
TÍTULO: Irmãs Trolls Pithon - VLOG (FÉRIAS EM NATAL - PARTE 3)	VISUALIZAÇÃO: 62.090
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 230.430
	LIKE: 2.254
	DISLIKE: 61
05 - CANAL: IRMÃS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 11/ 03/ 2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=nje1FmgSXdk	DURAÇÃO: 14:54
TÍTULO: Irmãs Trolls Pithon - VLOG (FÉRIAS EM NATAL/RN - PARTE 4)	VISUALIZAÇÃO: 46.070
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 230.430
	LIKE: 1.773
	DISLIKE: 31
06 - CANAL: IRMÃS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 13/ 03/ 2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=G3J3qvd3jZw	DURAÇÃO: 15:50
TÍTULO: Irmãs Trolls Pithon - VLOG (FÉRIAS EM NATAL/RN - PARTE 5)	VISUALIZAÇÃO: 40.498
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 230.430
	LIKE: 1.625
	DISLIKE: 17
07 - CANAL: IRMÃS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 22/ 04/ 2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=1ILOs6C9zgM	DURAÇÃO: 10:17
TÍTULO: Irmãs Trolls Pithon -VLOG (FÉRIAS EM NATAL/ RN PARTE- 6)	VISUALIZAÇÃO: 48.836
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 230.430

	LIKE: 2.353
	DISLIKE: 71

08 - CANAL: IRMÁS TROLLS PITHON – VLOG	DATA: 22/06/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=1qaaP3W0VtQ	DURAÇÃO: 18:06
TÍTULO: Irmãs Trolls Pithon - VLOG (FÉRIAS EM NATAL/RN PARTE - 7 FINAL)	VISUALIZAÇÃO: 51.011
	POSTAGENS: +100
	SEGUIDORES: 230.430
	LIKE: 1.765
	DISLIKE: 27

PALAVRAS-CHAVE: “PASSEIO” “NATAL”

09 - CANAL: VELHA DE VINTE – VLOG	DATA: 05/11/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=v1BmqcygNH4	DURAÇÃO: 8:56
TÍTULO: VLOG: Passeio de buggy em Natal (RN) Mini férias Velha de Vinte	VISUALIZAÇÃO: 2.844
	POSTAGENS: 79
	SEGUIDORES: 4.867
	LIKE: 58
	DISLIKE: 0

PALAVRAS-CHAVE: “VIAGEM” “NATAL”

10 - CANAL: CHEIA DE REALEZA	DATA: 30/12/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=oeQoqmtRIlo	DURAÇÃO: 20:37
TÍTULO: VIAGEM PARA NATAL-RN Preços, passeios, pontos negativos...	VISUALIZAÇÃO: 3.883
	POSTAGENS: 43
	SEGUIDORES: 2.749
	LIKE: 01
	DISLIKE: 0

11 - CANAL: GREYCE DUTRA	DATA: 20/02/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=AbaHEBEpJvk	DURAÇÃO: 10:19
TÍTULO: RESUMO: MINHA VIAGEM PARA NATAL - RN	VISUALIZAÇÃO: 1.124
	POSTAGENS: 39
	SEGUIDORES: 477
	LIKE: 23
	DISLIKE: 02

12 - CANAL: ANA LUIZA TORRES	DATA: 20/07/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=yusWVegmQH4	DURAÇÃO: 10:49
TÍTULO: MINI VLOG - VIAGEM PARA NATAL!!!	VISUALIZAÇÃO: 302
	POSTAGENS: 40
	SEGUIDORES: 477
	LIKE: 32
	DISLIKE: 02

13 - CANAL: JÉSSICA MELO	DATA: 09/11/2015
END.: https://www.youtube.com/watch?v=LoxxDjwvXt4	DURAÇÃO: 20:22
TÍTULO: VIAGEM À NATAL (Aquaria Hotel, Passeio de Quadriciclo, Stand Up...)	VISUALIZAÇÃO: 12.011
	POSTAGENS: +100
	SEGUIDORES: 92.855
	LIKE: 305
	DISLIKE: 08

14 - CANAL: MARIANY AQUINO	DATA: 14/06/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=u8hjT91bdrI	DURAÇÃO: 5:22
TÍTULO: VLOG de VIAGEM NATAL Por Mariany Aquino	VISUALIZAÇÃO: 298
	POSTAGENS: 48
	SEGUIDORES: 3.567
	LIKE: 18
	DISLIKE: 00
15 - CANAL: DAYANY SMYTHY	DATA: 05/04/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=XJZLTKORkG4	DURAÇÃO: 17:31
TÍTULO: Minha Viagem A Natal RN Completo.	VISUALIZAÇÃO: 641
	POSTAGENS: 06
	SEGUIDORES: 179
	LIKE: 29
	DISLIKE: 02
16 - CANAL: BIAH MEU MUNDO	DATA: 31/07/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=I3HJ6n-dimE	DURAÇÃO: 10:56
TÍTULO: VLOG VIAGEM A NATAL- PARTE 1	VISUALIZAÇÃO: 504
	POSTAGENS: 69
	SEGUIDORES: 2.320
	LIKE: 21
	DISLIKE: 03
17 - CANAL: BLOG LIMÃO GALEGO	DATA: 05/04/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=vBMW9AxRgs4	DURAÇÃO: 07:42
TÍTULO: VLOG VIAGEM A NATAL E PRAIA DA PIPA	VISUALIZAÇÃO: 504
	POSTAGENS: 79
	SEGUIDORES: 1.591
	LIKE: 22
	DISLIKE: 01
18 - CANAL: LISA BARRETO	DATA: 10/03/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=ZXHaQxyWq58	DURAÇÃO: 09:15
TÍTULO: Viagem para Natal RN/Tirolesa/passeio de Buggy e muito mais	VISUALIZAÇÃO: 480
	POSTAGENS: 18
	SEGUIDORES: 991
	LIKE: 02
	DISLIKE: 00
19 - CANAL: SANDRO NEGREIROS	DATA: 24/04/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=Ayt2AUBimZA	DURAÇÃO: 23:44
TÍTULO: FÉRIAS EM NATAL/RN	VISUALIZAÇÃO: 125
	POSTAGENS: 27
	SEGUIDORES: 15
	LIKE: 05
	DISLIKE: 00
20 - CANAL: DANILO FERRARI	DATA: 23/04/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=3B1_8g8s--c	DURAÇÃO: 07:25
TÍTULO: Férias Natal - RN - 03/2016	VISUALIZAÇÃO: 489
	POSTAGENS: 09
	SEGUIDORES: 40
	LIKE: 06
	DISLIKE: 00

21 - CANAL: VAL FREITAS	DATA: 12/07/2016
END.: https://www.youtube.com/watch?v=kIW4dF4Qe7U	DURAÇÃO: 10:41
TÍTULO: Viagem RN (Natal, Guamaré, Galinhos, Diogo-Lopes)	VISUALIZAÇÃO: 761
	POSTAGENS: + 100
	SEGUIDORES: 13.109
	LIKE: 43
	DISLIKE: 01