

Sobre monstros, navios fantasmas e ilhas afortunadas: mitos e discursos fundadores dos paraísos turísticos litorâneos.

Tiago da Silva Castro
Observatório das Metrôpoles

RESUMO

Tratar da constituição dos paraísos turísticos demanda considerável esforço teórico e metodológico. Isto porque, ao passo que citadas formas urbanas verificam importantes dinâmicas de valorização das zonas à beira-mar, constituídas no modo de produção vigente, também é necessário compreender aspectos referentes às condicionantes culturais e psicológicas que conferem às zonas de praia considerável importância para mais diversas parcelas da sociedade. A discussão objetiva compreender mitos e discursos contribuintes da formação das imagens e materialidades dos paraísos turísticos litorâneos e, para tanto, recorre-se a abordagem materialista e hermenêutica dos escritos e relatos sobre mitos e processos que historicamente constituíram as visões socialmente difundidas sobre os riscos, possibilidades e benefícios de fruição das zonas de praia. Verifica-se que, ao passo que as visões foram difundidas, não só o termo se modifica, como também a sociedade confere novos significados à zona costeira, agregando tal paisagem ao hall de espaços sagrados da modernidade.

Palavras-chave: paraísos turísticos; mitos; zonas de praia; urbanização litorânea.

About monsters, phantom ships and unfortunate islands: founding myths and discourses of coastal tourist paradises.

ABSTRACT

Dealing with the constitution of tourist paradises demands considerable theoretical and methodological effort. This is because, while these urban forms verify important dynamics of valorization of the seaside areas, constituted in the current mode of production, it is also necessary to understand aspects related to cultural and psychological conditions that give the beach areas considerable importance to various parts of society. The discussion aims to understand myths and discourses that contribute to the formation of images and materialities of the coastal tourist paradises and, to this end, it resorts to a materialist and hermeneutic approach of the writings and reports about myths and processes that historically constituted the socially disseminated visions about the risks, possibilities and benefits of the enjoyment of the beach areas. It is verified that, while these views were disseminated, not only the term is modified, but also society gives new meanings to the coastal zone, adding such landscape to the hall of sacred spaces of modernity.

Keywords: tourist paradises; myths; beach areas; coastal urbanisation.

Sobre monstruos, barcos fantasma e islas afortunadas: mitos fundacionales y discursos de los paraísos turísticos costeros.

RESUMEN

bordar la constitución de los paraísos turísticos exige un considerable esfuerzo teórico y metodológico. Esto se debe a que, si bien las formas urbanas mencionadas muestran importantes dinámicas en la valorización de las zonas costeras,



constituidas en el actual modo de producción, también es necesario comprender aspectos relativos a los condicionantes culturales y psicológicos que confieren a las zonas de playa una importancia considerable para diferentes sectores de la sociedad. La discusión pretende comprender los mitos y discursos que contribuyen a la formación de las imágenes y materialidades de los paraísos turísticos costeros. Para ello, se realiza una aproximación materialista y hermenéutica a los escritos e informes sobre los mitos y procesos que han constituido históricamente las visiones socialmente extendidas sobre los riesgos, posibilidades y beneficios del disfrute de las zonas de playa. Se constata que, a medida que estas visiones se han ido extendiendo, no sólo ha cambiado el término, sino que la sociedad ha otorgado nuevos significados a la zona costera, incorporando este paisaje al salón de los espacios sagrados de la modernidad.

Palabras clave: paraísos turísticos; mitos; zonas de playa; urbanización costera.

INTRODUÇÃO

Compreender o processo de constituição do que se convém chamar de paraísos turísticos na atualidade demanda importantes esforços analíticos e de síntese. Isto se justifica não apenas pela importância do tema no que tange à análise da urbanização e turistificação litorânea, mas, sobretudo, pela compreensão de que mencionadas formas espaciais detêm aspectos e condicionantes muito específicas em suas formações.

Isto é, diferentemente das constituições de regiões metropolitanas, cidades médias e resorts turísticos, pautadas na (re)produção do capital, circulação intermunicipal, concentração de habitantes e adensamento dos tecidos urbanos, os paraísos turísticos litorâneos têm nas mitologias, paisagens, visões socialmente difundidas e ressignificações do paraíso os seus fatores contribuintes primordiais.

Ainda, mencionados aspectos apenas adquirem relevância quando analisados à luz das modernas visões sociais sobre o edênico, dos processos de secularização ocorridos e demais contribuintes. Para tanto é fundamental inferir que a abordagem do conceito dos paraísos turísticos litorâneos demanda paradoxalmente a discussão dos motivos pelos quais a praia não era ambiente desejado, valorizado ou mesmo visitado para fruição dos momentos de lazer.

E isto denota aspecto sobre as sociedades da antiguidade clássica e medieval europeias, as quais, erigidas em bases repletas de preceitos e dogmas religiosos e mitológicos, esquecem – ou optam intencionalmente por esquecer – os mitos primordiais nos quais o mar e a praia representam os locais de surgimento da humanidade e os pontos de acesso aos espaços prometidos pelas divindades.

Divindades, pois, apesar de o cristianismo pautar a existência de apenas um Deus - Trindade, é possível constatar com breves levantamentos documentais e bibliográficos que o mar está presente em religiões e crenças ainda mais antigas, repletas de deuses e deusas que estabeleciam com este elemento e seus recortes espaciais imediatos importantes ligações.

Portanto, já de início, cabe afirmar que a atual visão das zonas de praia em escala global trata-se de amalgama de diversos mitos, relatos e literaturas sacro-religiosas responsáveis por inserir as paisagens marítimas nos (sub)conscientes da sociedade ocidental. Analisar-se-á como se dá percurso de ressignificação das relações entre sociedade e a praia.



VISÕES DO PARAÍSO

“O caminho ao paraíso começa no inferno”. É assim que Dante Alighieri trata o percurso a ser realizado por aquelas almas desejosas pelo paraíso. Mais ainda, importa citar que diante da diversidade de interpretações religiosas concernentes às diferentes formas sociais em escala global e ao longo da história, o desejo de acesso ao paraíso é uníssono.

Mas a importância que o termo adquiriu nas diversas mitologias e crenças não tem caráter imanente, possuindo contribuintes que as diferentes religiões – e seus adeptos – consideram fundamentais na concepção de boa vida e pós-vida. Isto é, ao passo que o paraíso está presente nas religiões do extremo oriente, África, sociedades greco-romanas e cristianismo, esta carrega considerável número de valores objetos de orações por grande parcela destas sociedades.

Importa dizer então que a esperança de acessar o paraíso mítico reveste-se de importância quando considerados os valores eternos implícitos a este ou, conforme Aoun (2003), a importância do termo se dá pelo elevado número de representações que a simples menção ao paraíso denota, sendo assim compreendido como algo benéfico em qualquer contexto.

Na abordagem de visões mesopotâmicas e helênicas, Aoun (2003) ressalta que a constituição do Éden bíblico possui muitos contribuintes anteriores, representando assim um amálgama que se adapta às necessidades da religião cristã. As primeiras menções ao jardim primordial datam de 4.000 a.C., conforme afirma Heinberg (1991), com os mitos sumério e babilônico de *Dilmun*, criado pelo deus *Enki* como espaço de harmonia, livre de pecado e capaz de conceder imortalidade. No Avestá, o termo *Pairi-daeza* tem o mesmo significado, denotando o jardim que guarda a fonte e a árvore da vida, evitando assim o surgimento de doenças, velhice ou morte (Aoun, 2003).

Na religião egípcia, segundo Heinberg (1991), há abundância de alimentos, paz e bem como inexistência de morte ou fome. O mesmo acontece com os Campos Elíseos na mitologia grega, escondidos nas Ilhas Afortunadas¹ e destinados a receber os heróis mortos com banquetes infindáveis, bosques perfumados e descanso eterno (Hesíodo, 2012).

A última visão que conforma as linhas gerais do paraíso mítico, unindo contribuintes diversos das versões anteriores, é o Éden. No texto cristão (Bíblia, 1993) o jardim primordial não contém pecado, fome, inveja ou morte, ao passo que possui também suas próprias representações da árvore e da fonte da vida, esta última representada por curso d'água que se divide entre os rios Gion (Nilo, no Egito), Fison (Ganges, Índia), Tigres e Eufrates (Oriente Médio).

De fato, são muitas aproximações entre as diferentes representações do paraíso, as quais, se contadas sem referenciais e nomes de divindades, podem ser facilmente confundidas com a criação do primeiro casal bíblico. Na crença taitiana, o deus *Taaroa* cria o primeiro homem a partir do barro, enquanto a mulher provém de um de seus ossos (Frazer, 1998).

Esta mesma representação é aceita em outras porções da Polinésia, assim como se aproxima das crenças dos *wakuluwes* de Moçambique, dos caraíbas venezuelanos, das

¹ Infere Holanda (2000) que as Afortunadas seriam as ilhas a oeste do Estreito de Gibraltar, logo identificando as Canárias.

populações tradicionais da Guiana, dos índios *omahas* nos Estados Unidos, dos malgaxes de Madagascar, e sobre estas associações Heinberg (1991, p.84) ressalta:

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

Pode-se citar, diante da breve abordagem, características comuns nos relatos sobre o paradisíaco: espaço amplo, beleza cênica excepcional, situado em montanhas, praias, prados ou desertos, repleto de natureza intocada e recursos abundantes disponíveis aos dignos de frequentá-lo.

Heinberg (1991) entende que as representações posteriores têm no Éden e nas Ilhas Afortunadas seus principais referenciais, sendo o jardim florestado, os vastos campos e as praias desertas elementos existentes no mundo real. Sendo tais elementos apreensíveis pela experiência humana, quando inseridos num contexto repleto de infortúnios naturais e sociais como a Idade Média, não é surpresa o constante surgimento de pensamentos e relatos sobre a morte, o fim do mundo e as chances de chegar ao paraíso (Holanda, 2000).

E isto fica visível na produção artística, cultural e literária medieval, constituída com intuito de sistematizar o edênico e o inferno, assim como suas respectivas hierarquias e possíveis locais de acesso (Delumeau, 2004). É isto que Dante Alighieri faz em "A Divina Comédia" e que Pseudo-Dênis busca fazer também ao sistematizar o paraíso em hierarquias que partem de Deus. Mas é somente a partir do Renascimento que a Igreja Católica passa a aceitar as representações do céu cristão, sendo estas gradualmente inseridas na imagética dos santuários (figura 1), conforme cita Delumeau (2004).

Figura 1 – A expulsão de Lúcifer do céu, por Zeiller (1760), Igreja de Ottobeuren.



Fonte: ALPIC.NET, 2017.



Quanto a estas representações do paradisíaco, Delumeau (2004, p.154) ressalta:

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

O paraíso permanece assim intangível, situado no passado, no futuro e nos sonhos dos humanos. Mas tais condições, segundo Holanda (2000), não reduzem a procura deste por exploradores e navegadores, desejosos pelas benesses guardadas àqueles com a coragem de alcançar os recortes espaciais das descrições do sagrado.

De antemão é importante citar que navegadores e viajantes são aqueles que irão, oportunamente, iniciar o processo de desconstrução da imagem de paraíso inatingível, haja vista que suas descrições e relatos buscam correlacionar elementos expostos nas escrituras sagradas com paisagens e características dos locais observados.

Os relatos da busca das Ilhas Afortunadas pelos gregos e as correlações com ilhas na costa da Europa e da África, assim como o périplo africano por Eutimenes de Massilia² e a visão de bestas-feras no Senegal, apresentam a existência do fantástico no imaginário das navegações. O monge São Brandão, cuja biografia é partilhada a partir do século X, ressalta a existência de ilhas com dragões, gigantes e brumas protetoras da fonte da juventude.

A partir do século XVI é que de fato tais relatos se tornam ainda mais comuns, casos das descrições de Colombo sobre a natureza do continente americano, da vegetação existente no Haiti e da pacificidade dos povos da ilha de Cuba (Holanda, 2000). Em meados desse mesmo século, expedições espanholas avançam pela Amazônia colombiana na esperança de encontrar a cidade mítica de Eldorado, na qual as lagoas possuíam ouro e os rios estavam coalhados de pedras preciosas (Langer, 1997). Mas diante destas associações do paraíso bíblico com a realidade, Delumeau (2004, p.155) lembra que:

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

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

Ou seja, para o cristianismo o ideário de paraíso não referênciava necessariamente um lugar, mas sim as possibilidades de rever os entes queridos que já partiram assim como fim dos sofrimentos que a vida mundana proporciona. Cabe assim entender como o termo é ressignificado enquanto símbolo associado às zonas de praia.

² Holanda (2000) ressalta que mencionada teoria se sustenta até o século XVI d.C., quando os rios da África e da Ásia são referenciados como os quatro cursos d’água que partem do Éden.



DO TERRITÓRIO DO VAZIO AO PARAÍSO LITORÂNEO

Para compreender a ligação entre o paraíso e o litoral é preciso saber que para além dos valores eternos evocados – salvação, riqueza, saúde, imortalidade, descanso, abundância –, há paisagens e elementos que são notadamente recorrentes nas numerosas representações do paraíso.

Mencionadas paisagens vão gradualmente conformar o que é atualmente aceito enquanto paraíso terreal, conferindo assim importância e valorização a tais ambientes. É isto que acontece hodiernamente no caso das praias, zonas montanhosas, florestas tropicais e outras. Mas, de acordo com Dantas (2011), é importante observar que os signos evocados pelo mar e pelas praias não são apenas justaposição dos significados de outrora, sendo necessário considerar as sucessivas assimilações e adaptações.

Assim, cabe lembrar que menções feitas ao Jardim do Éden ou aos Campos Elíseos ainda possuem considerável influência nas ações e desejos da sociedade ocidental, o que torna importante percorrer os percursos que tais visões fizeram até a atualidade. São numerosos os casos nos quais o paraíso terreal é descrito como ambiente insular, associando-se constantemente ao oceano, visão que se deve ao mito grego das Ilhas Afortunadas, abrigo dos Campos Elíseos e do Jardim das Hespérides.

Não causa nenhuma surpresa o fato de que em um oceano repleto de ilhas sejam elaborados tantos relatos sobre os segredos que essas guardam, conforme aborda Dantas (2009). Soma-se a isto a quantidade de diários de bordo que denotam a presença de embarcações fantasmagóricas, ataques piratas e manifestações sobrenaturais em alto-mar.

Havia assim ilhas que, por suas condições naturais, apresentavam características relatadas nas escrituras sobre o paraíso, assim como existiam ilhas que estavam repletas de supostos perigos. Sobre a presença destes ambientes insulares nas visões míticas, Zierer (2002, p. 152) infere:

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

Dentre as denominações ressaltadas por Folch (2012), tem-se a Ilha dos Ciclopes da Odisseia, a Ilha dos Demônios na costa do Canadá, e a Ilha Brasil, a oeste da Irlanda. Os poetas latinos descreveram ainda outras ínsulas, como a Ilha Paraíso, a Ilha Promissão e as árvores de constante fertilidade, assim como a Ilha de Paulo (atual Bimini) e a fonte da juventude (Tomás, 2013).

A busca pelo paradisíaco na superfície terrestre denota assim sua dimensão espacial, como ressalta Perdiggão (2017, p.70-71):

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



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

Residem aí duas circunstâncias do elemento marítimo: a predominância desse e o isolamento ocasionado por esse. Se essas ilhas eram acessíveis apenas por meio da navegação, segundo Holanda (2000), tal ação se constitui como temerária, haja vista os perigos existentes no percurso.

Assim, chegar às Canárias para questionar a veracidade dos relatos sobre os habitantes que viviam cerca de 120 anos ou dirigir-se à Ilha Cipango (atual Japão) e lá encontrar riquezas e mulheres demandava importante planejamento e desapego pela vida no continente (SILVA, 2006). Isto porque, como afirma Corbin (1989), não há força mais assustadora que o mar. Por seu passado diluviano, pela presença de tempestades, ataques de piratas, relatos de embarcações fantasmas e da suposta existência de seres infernais nas profundezas, o mar se constitui enquanto elemento incontrolável, lugar de perdição e morte.

Delumeau (2009) ressalta ainda que são comuns que mudanças repentinas de ventos, precipitações e maremotos deem o tom dos humores divinos. Repetindo-se durante os séculos XIV e XV, os acontecimentos trágicos em alto mar ocasionam mais medos que qualquer fenômeno em terra firme. Outro fator ligado ao medo é a constante associação do mar à morada dos monstros (Corbin, 1989). Tal situação demandava o transporte de oferendas, símbolos e amuletos capazes de apaziguar tais feras marinhas (Delumeau, 2009).

O elemento líquido representa, de acordo com Tomás (2013, p.5):

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

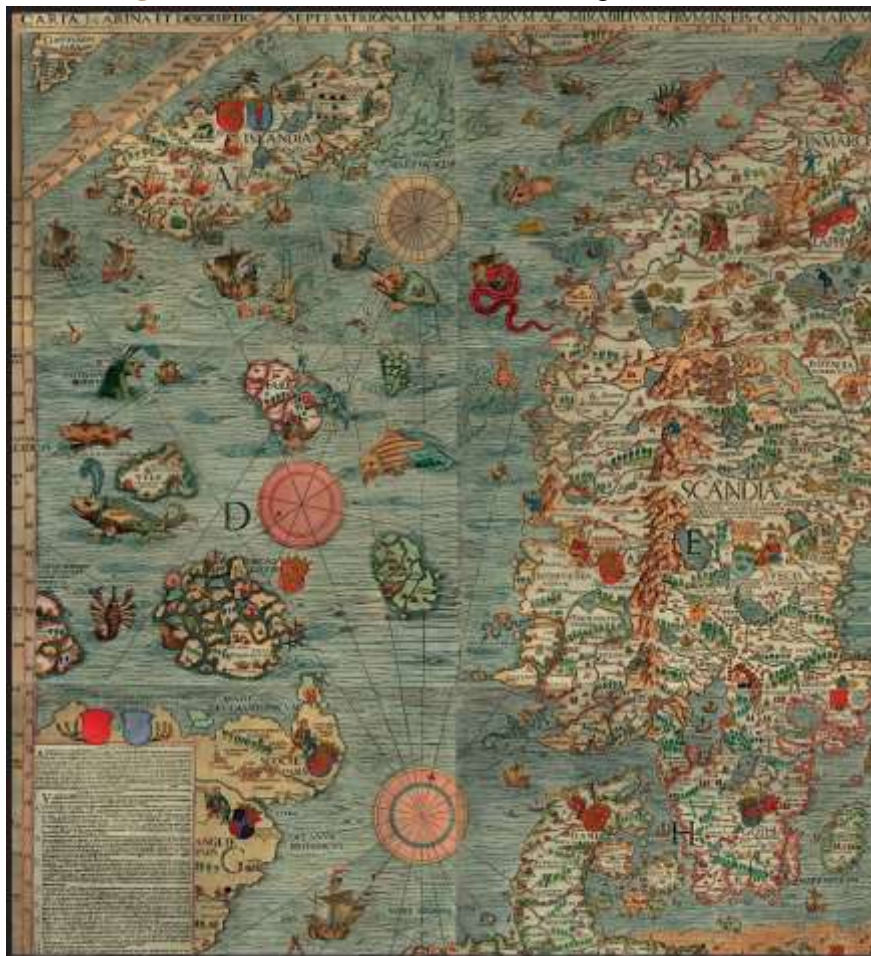
Ao passo que o mar contém visões ambíguas, uma ligada à salvação e outra ligada à perdição, monstros, titãs e semideuses nada mais são que as vontades divinas expostas na natureza, o que a faz assustadoramente poderosa. A isto unido o desconhecimento acerca do mar e os relatos pautados por abalos psicológicos, tem-se aí o cerne da criação de muitos mitos marítimos.

O polvo gigante *kraken*, a serpente marinha leviatã, ilhas de ciclopes, estreitos amaldiçoados por redemoinhos e dragões, baleias com bicos (*ziphius*), tubarões e lagostas gigantes³ eram apenas alguns dos seres que povoavam os oceanos (Duzer, 2013). E tal vitrine

³ Lulas gigantes, serpentes marinhas, peixes, baleias, povos aborígenes e aves foram cientificamente associados a tais mitos, gradualmente desmontando as evidências de existência das monstruosidades marinhas (Fonseca, 1992).

constitui-se como elemento a ocupar as oceânicas europeias, conforme a Carta Marina de Olaus Magnus, na figura 2.

Figura 2 – Carta Marina de Olaus Magnus de 1539.



Fonte: Flickr, 2013.

Conforme Fonseca (1992), o que se pode notar é que há sensíveis semelhanças nessas criaturas e uma indeterminação geral de sua localização, o que revela a presença de tais crenças nos espíritos dos viajantes e não necessariamente na realidade.

Situação semelhante acontece com os espíritos dos naufrágios e navios fantasmas, largamente difundidos na mitologia e diários de bordo. Segundo Tomás (2013), o barco é o objeto último da salvação, sendo o primeiro transporte místico. Conforme a autora, o navio fúnebre *nechemet* de Osíris e Ísis, a barca de Caronte rumo ao mundo inferior, o barco *viking* tripulado por sombras, o holandês voador de Davy Jones, o chileno *el caleuche* e o inglês *HMS Eurydice* são representações das capacidades deturpadoras e da dualidade apresentadas pelo mar.

Essa dualidade irá, a partir de então, se constituir enquanto necessária para que a ideia de paraíso se constitua à beira-mar, isto é, o mar é constantemente associado ao medo porque é essencialmente mandatário que nele se constituam as rotas para qualquer lugar além da Europa.

Assim, no início no século XVII, o mar que representa repositório do medo e da fúria divina começa a ter seus referenciais modificados, bem como suas funções para a sociedade.



Corbin (1989) evoca que a vastidão deserta das zonas de praia e a força dos elementos naturais nessas paisagens são elementos que irão suscitar o usufruto destas por novos atores.

Poetas ligados ao romantismo francês, escritores ingleses⁴, aventureiros, religiosos adeptos da teologia natural e os discursos médicos farão das zonas de praia espaços para novas formas de fruição. Seja espaço de caminhadas e busca por inspiração, lócus de meditação ou das dádivas divinas, recorte para práticas mais arriscadas como mergulhos e escaladas em rocha, ou ainda como recorte oposto à urbanização e área de cura de doenças como a tuberculose e a melancolia, as praias serão terrenos férteis para o florescimento do ócio, tratamentos e lazer.

Ao passo que tais visões são gradualmente associadas ao ideário mítico religioso, com a evocação dos valores eternos da tranquilidade, paz, abundância e isolamento, Sharpley (2009) ressalta que o processo de valorização da zona costeira revela também questionamentos de dogmas, assim como a busca por significados de vida, autenticidade e conexão espiritual com o destino.

Mencionado processo se constitui pela secularização de lugares e práticas, denotando indivíduos mais inclinados a buscar conhecimentos menos engessados por dogmas religiosos (Sharpley, 2009). Assim, segundo Durkheim (1964), racionalidade e contribuições científicas tornam-se igualmente importantes, o que não reduz as necessidades humanas por representações mitológicas.

Acontece assim a gradual redução de importância do edênico bíblico como destino final e a crescente busca pelo paradisíaco terreal por meio das viagens turísticas enquanto representativas dos significados e valores presentes nas mitologias, tornando palpável a associação entre paraíso, mar, praia, turismo, bemesses e signos constituintes (Jarratt; Sharpley, 2017).

Tal relação possibilita a compreensão da valorização das zonas de praia que, além de agregar qualidades evocadas por poetas, religiosos e médicos, também passam a ser símbolos cada vez mais associados à felicidade, paz, qualidade de vida, tranquilidade, ócio e exclusividade, denotando a aproximação cada vez mais socialmente aceita com os significados do paraíso. Mais que isso, elementos como os estoques de natureza intocada, elemento marítimo dos relatos bíblicos, fontes de água doce e filtrada, vegetações frutíferas e brisas constantes fortalecem ainda mais os relatos da contemplação do espaço divinamente concebido.

É a paisagem litorânea que Bull (2006 apud Sharpley, 2009) ressalta ser espaço com a maior carga espiritual na atualidade, por suscitar atividades com efeitos benéficos sobre o espírito humano, como o mergulho e a caminhada. Dentre as motivações de cunho natural e simbólico estão: bem-estar físico e espiritual; correspondência entre os ritmos da vida e do mar; liberdade; liminaridade; aventura; regresso à infância e ao útero; espiritualidade.

A praia se constitui como ambiente que reúne elementos do paraíso terreal, adquirindo caráter benéfico à humanidade e passando assim por ressignificações impelidas por visões que evocam valores universais socialmente aceitos. Não seriam estes os benefícios existentes na leitura da praia enquanto espaço com funções espirituais, terapêuticas e recreativas?

⁴ Em sua leitura dos escritos sobre o campo e a cidade no Reino Unido, Williams (2011) ressalta a presença poética da paisagem natural como forma de experimentação resgatada das sociedades antigas, agora mais necessárias diante do crescente contexto urbano.



São essas funções associadas às ações de viajantes e turistas que irão conformar uma das segmentações turísticas mais notáveis e capazes de polarizar fluxos ao redor do mundo e conformar paraísos litorâneos: o turismo de sol e praia. Desta maneira, busca-se entender como estes agentes irão conformar o processo de turistificação e, por que não, de sacralização de considerável número de zonas de praia em escala global.

A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO PARAÍSO TURÍSTICO

Como visto, não são poucas as referências historicamente distribuídas quanto à existência do paraíso celeste ou terreal. Tais referenciais são tão importantes que suscitam há séculos peregrinações, viagens, navegações e aventuras repletas de riscos oferecidos por condições naturais, humanas ou mitológica.

É correto afirmar que diante de tantos contribuintes socialmente aceitos no ocidente, a formação de visões favoráveis às zonas de praia tivesse uma abrangência muito mais longa e efetiva, conformando não apenas novas tipologias de viajantes, mas todo um sistema novo de representações sobre as viagens e propagação das imagens aí admiradas (Jesus, 2018).

Estas modernas representações irão influenciar uma diversidade de viajantes responsável pela constituição de formas específicas de admiração das zonas de praia bem como novos percursos de valorização destas. E isto demanda separar tais viajantes em dois grupos específicos, cada qual com visões e práticas que irão denotar valores diferentes ao litoral.

O maior e mais comum desses grupos é o que se liga às práticas do turismo de massa, florescente na Inglaterra do século XIX e da ferrovia que liga os espaços industriais da revolução às zonas de praia. O outro grupo é notadamente influenciado pelas práticas dos autores românticos e exploradores, expondo-se, desde meados do século XX, a riscos e incertezas durante as viagens.

Este tipo de viajante almeja sentir emoções ainda não experimentadas e vagar nas paisagens costeiras, sem grande saudade dos locais de partida e expondo-se a sacrifícios, desafios, solidão e riscos (Corbin, 1989). É por meio da aventura robinsoniana que viajantes buscam não apenas contemplar, mas também subir em rochedos, mergulhas em cavernas, tomar banhos noturnos e outras aventuras, como ressalta Cordeiro (2007, p.65):

O impulso robinsoniano reflecte, pois, um conjunto de ansiedades humanas cristalizadas em torno da tentativa de recuperação do “paraíso perdido”, que surge como importante construção cultural do imaginário das sociedades ocidentais desenvolvidas [...] a qual condensa o primitivo, o tradicional, o típico, o autêntico, em oposição ao moderno, ao sofisticado, ao não-autêntico.

Dessa maneira, a viagem para esses turistas não é apenas deslocamento, mas oportunidade de compreender as condições socioculturais impostas pelo modo de produção capitalista, a vida urbana e as questões existenciais associadas. Portanto, conforme Plog (2001), esses viajantes situam-se notadamente num espectro aloentróico, ou seja, ligado à aventura e aos riscos associados à busca por novas destinações.

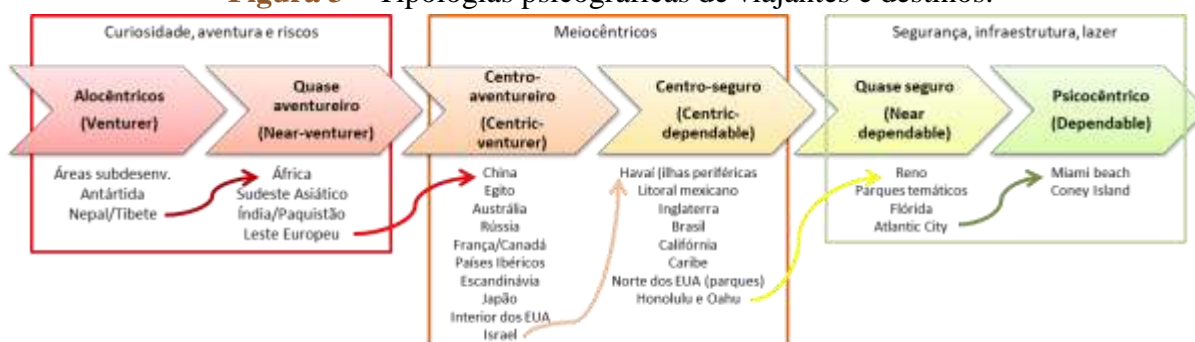
Tais viajantes, conforme Hindle, Martin e Nash (2015), estão frequentemente interessados em culturas diferentes, atividades diversificadas, preservação da natureza e



experiências de viagem mais intensas e significativas. Ao almejam viagens tão específicas, esses turistas têm preferência por destinos com maior presença de aspectos naturais, culturas diferenciadas, menores níveis de urbanização e maior isolamento em relação aos centros emissores.

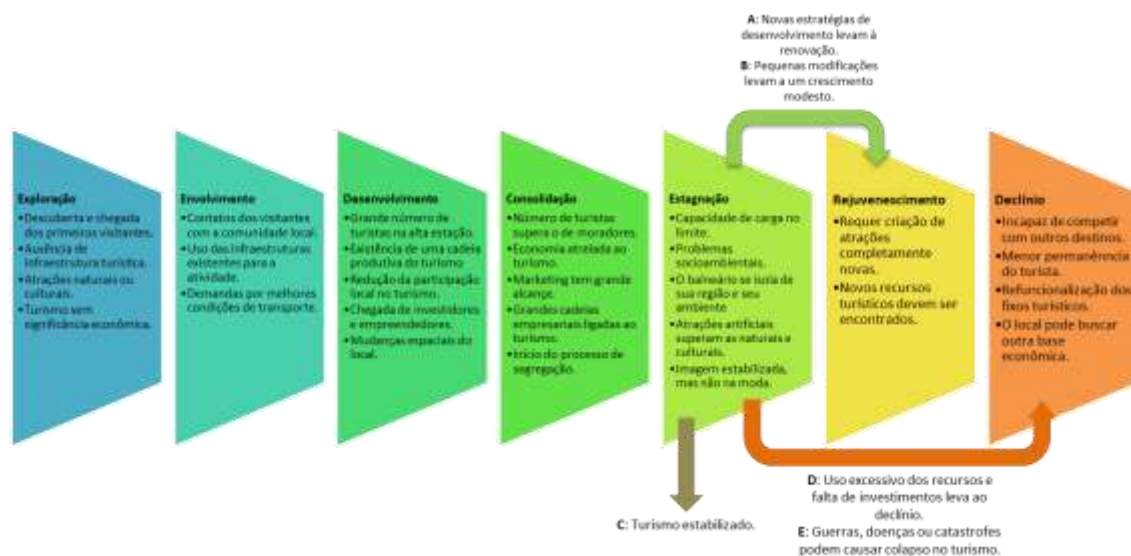
Igualmente situadas num espectro aloccêntrico por Plog (2001), essas destinações são historicamente desveladas por viajantes desejosos por novas paragens, como os mochileiros, pescadores, surfistas e outros. Assim, de acordo com Pearce (2006), tais espaços recebem processos graduais de turistificação que irão desembocar na adequação ao espectro psicocêntrico (seguro), a depender de diversas condições, conforme a figura 3.

Figura 3 – Tipologias psicográficas de viajantes e destinos.



Fonte: Plog, 2001; Pearce, 2003. Adaptação: Castro, 2019.

Tais condições podem suscitar processos mais ou menos velozes de turistificação, considerando as condições de fluidez até as destinações, a realização de eventos de grande divulgação, os fatores climáticos, a sazonalidade anual, a aglomeração de segmentações turísticas e a própria manutenção de características aloccênicas, conforme o Ciclo de Vida de Área Turística (CVAT) de Butler (1980), presente na figura 4.

Figura 4 – Ciclo de Vida de Área Turística (CVAT).

Fonte: Butler, 1980. Adaptação: Castro, 2019.

Aí encontra-se o cerne da formação dos paraísos turísticos litorâneos, considerando que a dinamização de tais formas urbanas perpassa a existência de aspectos naturais intocados, ausência de apelo turístico inicial, inserção de visitantes alocêntricos e suas práticas, inexistência de planejamento setorial prévio, manutenção das características bucólicas, gradual inserção de segmentações e possibilidades múltiplas de renovação.

Ao tratar da atuação desses aspectos nos espaços litorâneos, verifica-se que tais condicionantes se apresentam na constituição turística de destinações bastante específicas em escala global. Esses destinos, dinamizados a partir da descoberta por mochileiros, surfistas e aventureiros ainda em meados do século XX, tornam-se importantes polos receptores de fluxos de viajantes internacionais desejosos por experimentar novas práticas recreativas, espirituais e de consumo.

Mencionadas experiências, crescentemente inseridas na economia turística, têm como ponto basilar a manutenção do perfil alocêntrico que se apresenta cotidianamente, como a proibição parcial ou total do fluxo de veículos de passeio, o caminhar em vias sem pavimentação, o padrão horizontal da morfologia urbana, o uso decorativo e arquitetônico de materiais artesanais⁵, a criação de espaços de fruição e o apelo publicitário dos aspectos naturais e culturais.

Considerando as escalas global e nacional, têm-se os destinos de Jericoacoara (CE), Arraial do Cabo (RJ), Bombinhas (SC), Bali (Indonésia), Goa (Índia) e Nungwi (Tanzânia) enquanto representativos da constituição simbólica e material dos paraísos turísticos litorâneos. Tais polos receptores de viajantes têm, em seus processos constitutivos, a participação de viajantes alocêntricos desejosos pelo usufruto dos isolamentos oferecidos por cada uma destas localidades.

⁵ São comuns nos paraísos litorâneos turísticos os usos da madeira, de troncos de carnaúba e coqueiro, das redes de pesca (caçueiras ou tarrafas), das embarcações pesqueiras (canoas, paquetes e jangadas), conchas e búzios enquanto itens de decoração, servindo estes também enquanto elementos instagramáveis, os quais iremos abordar mais a frente.



Isolamentos, pois, enquanto destinações inseridas em áreas tropicais isoladas, tais balneários e/ou localidades passam séculos associados a práticas e atividades rudimentares como pesca, atividades portuárias e práticas religiosas colonialistas. Tal fato denota que o processo de exploração dos paraísos litorâneos se dá pela existência do olhar romântico do turista, conforme ressalta Urry (1996).

Referida forma de ver os destinos tende a valorizá-los pela ausência das massas de viajantes que ocupam as destinações meiocêntricas e psicocêntricas (mais seguras e estruturadas), o que, para Urry (1996), confere ares místicos aos destinos alocêntricos, objetos de desejo por conta da existência de praias desertas, natureza abundante, oportunidades de descobertas e aventuras, templos religiosos pagãos, culturas diferenciadas e rituais exóticos, ressaltando a conquista.

Desta maneira, a descoberta e a turistificação inicial por viajantes alocêntricos é apenas um dos aspectos fundamentais dos paraísos turísticos litorâneos, que possuem também outras particularidades. Tais singularidades estendem-se do processo de constituição simbólica e imagética à produção do espaço urbano destas destinações. A figura 5 caracteriza os seis paraísos turísticos citados, suas periodizações e agentes de turistificação.

Figura 5 – Temporalidade e agentes da turistificação dos paraísos litorâneos citados.

Balneário	Município - Distrito	Início	Agentes	Situação Metropolitana	População (ult. est.)
Jericoacoara	Jijoca de Jericoacoara/CE	1970	Mochileiros	Não Metropolitano	19.816
Pontal do Atalaia	Arraial do Cabo/RJ	1950	Mochileiros	Não Metropolitano	30.349
Bombinhas	Bombinhas/SC	1960	Pescadores	Não Metropolitano	21.388
Kuta	Badung – Bali	1970	Surfistas e Mochileiros	Não Metropolitano	38.771
Calangute	North Goa – Goa	1960	Mochileiros	Não Metropolitano	13.810
Nungwi	Kaskazini A – Zanzibar	1970	Mochileiros	Não Metropolitano	5.563

Fonte: Silva, 2019; Costa, 2018; Hillesheim, 2005; Tripping Unicorn Singapore, 2018; Breda; Costa, 2010; Ziddy, 2013. Elaboração: Castro, 2023.

Verifica-se que a periodização de descoberta dos paraísos turísticos aqui tratados é bastante semelhante, o que denota o período de espacialização dos fluxos de viajantes alocêntricos – mochileiros, surfistas, pescadores esportivos e aventureiros – aos locais mais longínquos do planeta, considerados, conforme Jesus (2018), espaços de busca por significados de vida.

É em recortes como as praias da Índia, zonas rurais na Indonésia, templos budistas nepaleses, campos de dunas no Ceará e matas costeiras da Serra do Mar que muitos dos componentes da geração *beatnik* buscam sentidos de suas existências e refúgio das demandas do capitalismo. Tais viajantes, ainda que pareçam pouco rentáveis, são os que iniciam a



constituição de cadeia produtiva turística nos espaços visitados, com o uso das habitações de residentes como espaços de pernoite e alimentação⁶.

Segundo Aouki (2005), por constância e diversidade das viagens, os mochileiros fazem valores monetários circular de forma mais abrangente, consumindo produtos e serviços em locais não alcançados pelas divisas do turismo de massa. Ainda, mencionados agentes de turistificação, por sua liberdade e singularidade quanto à busca constante por oportunidades de viajar, não obedecem necessariamente à sazonalidade turística.

O mochileiro é notadamente o viajante aloccêntrico citado por Plog (2001), fundamental na descoberta turística de zonas de praia isoladas de países emergentes ou periférico. Outro fato que confere importância a tais viajantes é que por serem os primeiros visitantes a chegar a tais paragens, suas práticas turísticas são as iniciáticas nos destinos descobertos, tornando ainda mais relevantes suas viagens e experiências.

Portanto, ainda que o mercado e o Estado sejam atores importantíssimos no processo de consolidação das infraestruturas turísticas e publicidade midiática, é o turista aloccêntrico que contribui sobremaneira para a descoberta e constituição das imagens das destinações turísticas em foco e das respectivas características valorizadas.

Mencionados elementos e características são, em suma, as responsáveis pela ampliação dos fluxos de visitantes e pelo conseqüente surgimento de outras demandas, serviços e segmentações. Isto, conforme Plog (2001), denota a constituição dos fluxos psicocêntricos de turistas de massa desejosos por comodidades e infraestruturas turísticas de maior padrão.

Conforme Knafou (1996), é importante compreender em primeira instância que o turista aloccêntrico é importantíssimo no estabelecimento da prática, a qual não existe sem esse. No entanto, ao passo que os fluxos de visitantes são ampliados e outras demandas surgem, essas são, em geral, atendidas pelo mercado e pelo poder público, denotando a importância econômica da atividade turística.

Tal fato corrobora com tese citada por Castro (2021) de que a imagem dos paraísos turísticos litorâneos se constitui pelo amálgama das contribuintes míticas, da interpretação destas por parte dos diferentes tipos de viajantes e das contribuições dos discursos publicitários criados e propagados pelo mercado e pelo Estado.

DISCURSOS FUNDADORES DO PARAÍSO TURÍSTICO LITORÂNEO

O turismo não existe apenas enquanto prática social repleta de significados, desejos e experiências. Como qualquer esfera da vida em sociedade, tal prática foi gradualmente capturada pelo modo de produção vigente e tornou-se também atividade econômica altamente rentável e com demanda cada vez maior a partir da criação das férias remuneradas e do *marketing*.

Isto é, por lidar com sonhos, desejos e outros valores universais, a viagem turística torna-se uma necessidade básica da sociedade. Por sua importância recreativa capaz de influenciar fortemente economias, mencionado conjunto de serviços deve ser fomentado pelo Estado e

⁶ Em Castro (2021) foi discutida de maneira mais aprofundada como os viajantes aloccêtricos influenciam a criação desta cadeia produtiva, realizando trocas de hospedagem e alimentação por trabalho ou mesmo pagamentos.



operacionalizado pelo mercado, tornando-se possibilidade econômica de municípios e regiões com potencialidades.

A chegada de turistas, segundo Krippendorf (2003), inicialmente torna a hospitalidade uma questão de honra cristã e, posteriormente, uma atividade econômica que suscita a constituição de uma cadeia produtiva cada vez mais associada às demandas dos fluxos turísticos. Aí tem-se a dimensão da racionalidade quanto à constituição das imagens dos paraísos turísticos litorâneos. Se essas têm suas contribuintes fortemente associadas às leituras religiosas, crenças, desejos e busca por significados de vida, a partir do final do século XX, recebem contribuições importantes do planejamento estatal e do setor privado.

Ao passo que o planejamento estatal, conforme Castro (2016), usa o mote da atividade turística ser capaz de multiplicar as oportunidades de emprego e renda dos habitantes nos recortes dinamizados, o mercado se torna interlocutor dos valores universais capazes de qualificar e agregar valor à prática turística e aos destinos relacionados. Se trata agora que ir além do real, revestindo as destinações de aura idílica, os serviços de manto utópico e as experiências de ar fantasioso. É o que se verifica a partir de 1970, quando os valores eternos passam a estar impressos nos elementos textuais e imagéticos dos anúncios de produtos e serviços turísticos.

O acionamento textual e visual de valores aceitos pela sociedade não demanda compromisso com o que é palpável, mas tem por obrigação incitar a imaginação dos viajantes em potencial. É dessa maneira, conforme Aragão (2006), que entre as décadas de 1950 e 1990, a publicidade de *folders* amplia o alcance das imagens turísticas, enquanto o *marketing* transforma-os em produtos.

Evocam-se assim destinos e características relacionados a metas de vida, sonhos, ideais de consumo, lugares sublimes e usufruto de patamar social elevado. Mencionados anúncios são apresentados em cores saturadas de tons de azul, amarelo, laranja e verde, buscando prender a atenção dos espectadores para os elementos componentes do turismo de sol e praia.

Figura 6 – Cartaz de 1970 sobre o destino de Bermuda.

Fonte: Flashbak, 2014.

O cartaz denota a viagem à Bermuda voltada a indivíduos jovens. Esse público estaria descobrindo gradualmente o local com intenções de relacionar-se a outras pessoas, bastando assim “um sorriso no rosto”. Conforme o anúncio, o local é relaxante e terrivelmente amigável⁷, sendo ainda intocada, incomum e não demandando pressa. Tais qualificações não são restritas à Bermuda, sendo comuns a diversas destinações costeiras caribenhas e mesmo do hemisfério sul.

Conforme Daye (2005, p.20), ao discutir a evocação de tais características de viagens nestas destinações, afirma que:

[...] a paisagem é remodelada para se adequar e corresponder às principais motivações da experiência de viagem. Na busca por apresentar “boas experiências de férias” que irão garantir a satisfação, a construção ativa e a remodelação de paisagens são realizadas para atender expectativas estereotipadas de pacotes do mercado de massa (grifo nosso).

Os operadores turísticos constroem assim a imagem dos lugares recortando paisagens e utilizando significados textuais ou imagéticos capazes de atrair a atenção de potenciais

⁷ A mulher jogando tênis e a possibilidade do visitante “encontrar um jogo – um bom jogo” faz referência ao cunho sexual da viagem, às condições criadas para atração de jovens e a liberdade concedida num local em processo de “descobrimto”.



viajantes. Além das cores, atividades de lazer, espaços exclusivos (iates, quadras, *lounges* e suítes VIP), combos de alimentação e bebidas compõem o *hall* de itens que capturam o interesse dos turistas.

A indústria do turismo direciona assim o olhar do turista para o que pode ser mercantilizado, excluindo detalhes pouco atrativos. Neste contexto, afirma Urry (1996), que a busca do turista pela destinação mais excepcional assemelha-se à peregrinação, pois esse viajante almeja experiências sublimes e reveladoras.

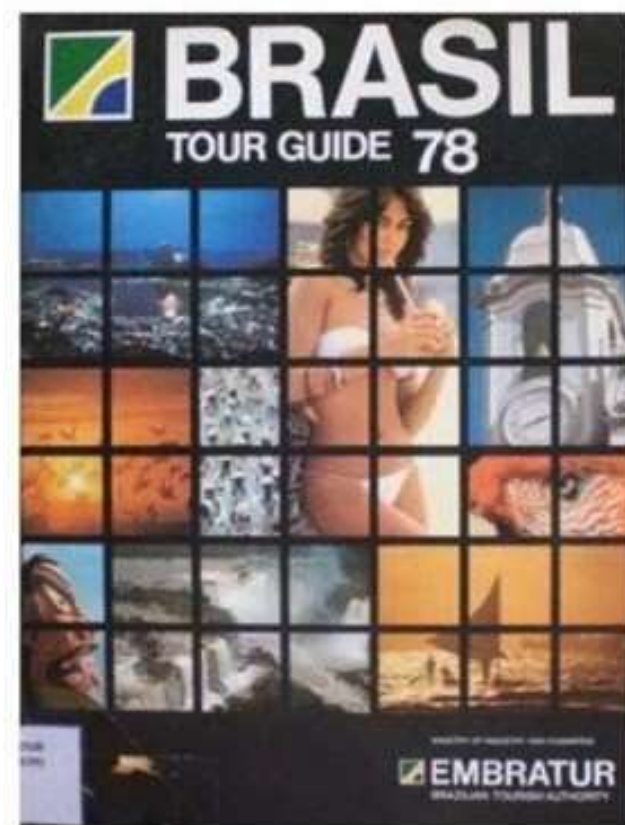
A propaganda utiliza-se de valores socialmente aceitos como signos associados à viagem, evocando sonhos e desejos. Há uma mediação, estatal e mercadológica, do que é efetivamente atrativo com o uso de termos capazes de qualificar as potencialidades, enquanto os conteúdos sociais e culturais são deixados em segundo plano (Daye, 2005). Acontece assim a espetacularização da paisagem turística. Conforme Debord (1997, p.15):

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

A espetacularização da paisagem endossa a apropriação turística do espaço, valorizando assim as zonas litorâneas enquanto recortes que acumulam olhares, usos, significados e capital. O discurso e a imagem viabilizam a criação de condições de recepção de visitantes, a qualificação enquanto espaços vocacionados e o aumento da importância econômica da atividade turística.

No caso brasileiro, a partir de 1970, o foco dos órgãos envolvidos na atividade turística volta-se à exposição de atrativos próprios do país, ainda que de forma bastante questionável. Exemplo disso é o Guia de Turismo do Brasil de 1978, que expõe patrimônios históricos, naturais e culturais juntamente ao corpo feminino, presente na figura 7.

Figura 7 – Capa do guia de turismo do Brasil de 1978.



Fonte: G1, 2014.

Na capa do documento a mulher em trajes de banho ocupa lugar de destaque, recurso que seria novamente utilizado anos depois. A praia também possui destaque, presente não somente na fotografia da embarcação de pesca artesanal, mas também na paisagem carioca. Assim, apesar da ausência discursos verbais, fica claro que o turista que chega ao Brasil tem muitos alvos para onde olhar, como denota Urry (1996).

Poderia ainda ser evocado o emblemático caso de Fortaleza/CE, que ao final do século XX é exposta em folder que traz não a mulher, mas o glúteo dessa sumariamente exposto, dando o tom da atividade turística fortalezense naquele período. Notadamente, o caso refere-se a uma metrópole que passa pela modificação de seus signos associados à atividade turística, evocando cada vez mais a praia, o sol, o vento e os esportes.

No caso dos demais destinos, os discursos de divulgação se materializam em outdoors, anúncios jornalísticos e matérias de revistas de viagem, evocando os valores eternos que revestem tais localidades de aura mística e qualificam suas paisagens como edênicas. Exemplos claros são que São Miguel dos Milagres, em Alagoas, possui a Rota Turística dos Milagres, enquanto a vila cearense de Jericoacoara possui a Lagoa do Paraíso e o *Alchemist Beach Club* (figura 8), enquanto Arraial do Cabo/RJ possui sua Janela do Paraíso.



Figura 8 – portal de entrada para o Alchemist Beach Club e a Lagoa do Paraíso, em Jijoca de Jericoacoara/CE.



Fonte: Mil e uma viagens, 2016.

As imagens e os discursos se tornam os pontos focais da divulgação dos produtos turísticos, a qual não precisa necessariamente ressaltar a realidade, mas o que de fato parece mais atrativo aos turistas em potencial. Criam-se assim estereótipos institucionalizados das destinações, estandardizando os atrativos e mesmo o ideal de paraíso moderno enquanto espacialidade enfim palpável.

O edênico moderno se reveste de contribuições que historicamente aproximam praia e espiritualidade, assemelhando o turista que busca as zonas litorâneas ao peregrino que procura significados de vida e referenciais religiosos. Mais ainda, o ideal de paraíso enquanto valor eterno possibilita que a volatilidade da paisagem geográfica seja reduzida pelas estratégias de ativação da percepção.

O discurso e as imagens possibilitam assim a materialização dos desejos há muito buscados por aqueles que compreendem qualquer dos valores ou qualidades evocados pelo paraíso. Não é de se estranhar que os casos aqui citados sejam alguns dos principais destinos turísticos de sol e praia em escala global, denotando assim o êxito publicitário no uso do termo.

Urry (1996) ainda infere sobre como as diferentes representações dos lugares são importantes na atração de fluxos turísticos. Ao passo que o olhar romântico, que se dá pela valorização a partir da ausência da massa turística, evoca os ideais de exclusividade, solidão e relação espiritual com o lugar turístico, o olhar coletivo ressalta a presença dos pares como resultado do êxito turístico do lugar, retroalimentando os fluxos por uma ideia de efeito de moda.

Em ambos os casos a presença do turista é fundamental para a consolidação da função turística dos lugares e, no que tange aos paraísos turísticos litorâneos, ambos os olhares estão



notadamente vinculados ao processo de turistificação destes recortes. Se até meados do século XX é o olhar romântico da solitude – de poetas e mochileiros – que prevalece na valorização do edênico litorâneo, a partir da massificação é a presença das pessoas e a exibição destas que atraí os olhares para as destinações.

Não é ao acaso que aqui se confere importância à prática turística, a qual oportuniza não somente a criação de novas destinações, mas suscita também a constituição de segmentações conforme os usos e desejos dos visitantes. Mencionadas possibilidades foram verificadas em Castro (2021), ao analisar as ações das revistas de turismo, produtores de conteúdo e usuários de redes sociais na consolidação da imagem do paraíso turístico moderno.

Importa ressaltar ainda que mencionados mitos, discursos e imagens por si só não são capazes de dinamizar destinações em definitivo, demandando ainda ações do poder público e atuação do mercado com intuito de estruturar, publicizar e operacionalizar a atividade turística, o que não demove a capacidade da prática social do turismo em criar novos modos de apreciação das zonas de praia e seus atrativos associados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar a constituição turística dos espaços litorâneos demanda a compreensão de que as imagens associadas às zonas de praia são múltiplas e concernentes a diferentes tipos de representação. Religiões, crenças, mitologias e relatos fantasiosos compõem o imaginário popular sobre os espaços sagrados, sua relação com o mar e funcionalidades das zonas de praia.

Citados contribuintes, ainda que não sejam capazes de materializar infraestruturas e objetos turísticos, polarizam olhares e usos cada vez mais específicos e elaborados às praias. Poetas, aventureiros, religiosos e médicos sugerem novos usos e qualidades ao litoral, enquanto os viajantes reúnem tais informações em novas formas de fruição litorânea, casos dos segmentos turísticos de sol e praia, ecológico, náutico e de aventura.

O paraíso litorâneo, resultado de variadas reinterpretações dos mitos e disposição de suas características e elementos na superfície terrestre, reúne assim os ideais de tranquilidade, descanso, paz, salvação, exclusividade, natureza e abundância. Torna assim palpável aquilo que outrora era inalcançável, evocando a espiritualidade pela contemplação da paisagem e experiência sensorial da viagem.

Por meio de discursos, imagens e signos, a praia torna-se a representação mercadológica desse ambiente prometido, oferecendo não apenas os valores eternos descritos, mas também outras regalias, como luxo, status, riqueza, conforto e seletividade. É por meio da apropriação capitalista que o paraíso turístico oferece o usufruto dos valores eternos àqueles e àquelas que possam arcar com os custos, cada vez mais elevados e exclusivos.

Dada a unanimidade – ou quase isso – do anseio pelo paraíso, não é de se estranhar que fluxos cada vez maiores estejam dispostos a arcar com os custos de usufruir desses recortes por alguns dias, ampliando o alcance das imagens turísticas e fortalecendo os lucros das cadeias hoteleiras, incorporadores fundiários e investidores internacionais, ao passo que a força de trabalho precariza-se.



O paraíso, que no mito ressalta o jardim eterno e os campos elísios, agora possui sacadas defronte ao mar e camas luxuosas, taxas ambientais, passeios de bugre, eventos de celebridades e paisagens instagramáveis. Não é mais a ausência de pecados que se põe entre a alma e o recorte, mas um clique e cartões de crédito que adquirem serviços em Goa, em Arraial do Cabo ou em Nungwi.

REFERÊNCIAS

- AOQUI, Cássio. **Desenvolvimento do segmento backpacker no Brasil sob a ótica do marketing de turismo**. 2005, 217 p. Monografia de Graduação –Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- AOUN, Sabáh. **A procura do paraíso no universo do turismo**. Campinas/SP: Papirus, 2003.
- ARAGÃO, Raimundo Freitas. Racionalidade turística e ressignificação do espaço cearense. In: SILVA, José Borzacchiello da. *et al.* **Litoral e sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.
- BREDA, Zélia; COSTA, Carlos. O turismo enquanto agente de transformação socioespacial: O caso de Goa. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Aveiro, nº 13/14, p. 27-39, 2010.
- BUTLER, Richard. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. **Canadian Geographer**, Ottawa/ON, v. 24, p. 5-12, 1980 (2008).
- CASTRO, Tiago da Silva. **O sol nasce pra todos?** Planejamento, turistificação e urbanização litorânea na Costa do Sol Poente do Ceará. 2016. 296 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.
- CASTRO, Tiago da Silva. **Ao som do mar e à luz do céu: dinâmica das imagens turísticas dos paraísos litorâneos no Brasil**. 2021. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, 2021.
- CORBIN, Alain. **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- CORDEIRO, Maria João Alfaiate Correia. **Olhares Alemães: Portugal na literatura turística contemporânea - guias de viagem e artigos de imprensa (1980-2006)**. 2007. Tese de Doutorado – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2007.
- COSTA, Juliana Carneiro da. **A multiterritorialidade dos trabalhadores do turismo de Arraial do Cabo (RJ)**. 155 p. 2018. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ, 2018.
- DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Mar à vista: um estudo da maritimidade em Fortaleza**. Fortaleza: UFC Edições, 2011.



DANTAS, Pedriane Barbosa de Souza. **Destino da ilha sob a mira do Éden**: Fernando de Noronha no percurso do tempo. 2009. 179 f. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, 2009.

DAYE, Marcella. Mediating tourism: an analysis of the caribbean holiday experience in the UK national press. In: CROUCH, David; JACKSON, Rhona; THOMPSON, Felix. **The media and the tourist imagination**: converging cultures. London: Routledge, 2005, p. 14-26.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELUMEAU, Jean. O que sobrou do paraíso. **Varia História**. Belo Horizonte, nº 31, p. 141-158, 2004.

DELUMEAU, Jean. **História do medo no ocidente (1300 – 1800)**: uma cidade sitiada. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

DURKHEIM, Emile. **The elementar forms of religious life**. London: George Allen & Unwin Ltd., 1964.

DUZER, Chet Van. **Sea monsters on medieval and renaissance maps**. London: British Library Press, 2013.

FOLCH, Sergio le Barz. **Recopilación y estudio de mitos y supersticiones en el ámbito marítimo**. 2012. 88 f. Diplomatura – Navegacion Marítima, Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, 2012.

FONSECA, Luís Adão da. O imaginário dos navegantes portugueses dos séculos 15 e 16. In: **Estudos Avançados**, São Paulo Vol. 6, n. 16, 1992.

FRAZER, Sir James George. **Folk-lore in the old testament**: studies in comparative religion legend and law. London: Macmillan and Co, 1918.

HEINBERG, Richard. **Memórias e visões do paraíso explorando o mito universal de uma idade de ouro perdida**. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

HESÍODO. **Os trabalhos e os dias**. Curitiba, PR: Segesta, 2012.

HILLESHEIM, Christiane Beling Victorino. **Turismo e paisagem**: a influência da atividade turística na paisagem natural do município de Bombinhas (SC) entre 1960 e 2005. 2005. 144 f. Dissertação de Mestrado – Curso de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú/SC, 2005.

HINDLE, Natalie; MARTIN, Andrew; NASH, Robert. Tourism development and the backpacker market in Highland Scotland. **Tourism and hospitality research**, London, v. 0, ed. 0, p. 1-15, 2015.



HOLANDA, Sergio Buarque de. **Visão do paraíso**: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 2000.

JARRATT, David; SHARPLEY, Richard. Tourists at the seaside: exploring the spiritual dimension. **Tourist Studies**. London, v. 17, ed. 4, p. 349–368, 2017.

JESUS, Juliana Carneiro de. **Mochila cultural**: o mochileiro e as relações entre viagem e cultura. 2018. 85 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Graduação em Produção Cultural, Universidade Federal Fluminense, Rios das Ostras/RJ, 2018.

KNAFOU, Remy. Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastri (org.). **Turismo e geografia**: Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC, 1996, p.62-74.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

LANGER, Johnni. O mito de Eldorado: origem e significado no imaginário sul-americano (século XVI). **Revista de História**. USP. São Paulo. 1997.

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

PERDIGÃO, Cristina Sofia Andrade. **O turismo na Madeira**: dinâmicas e ordenamento do turismo em territórios insulares. 2017. Tese de doutorado – Faculdade de Arquitetura. Universidade de Lisboa. Lisboa, 2017.

PLOG, Stanley. Why destination areas rise and fall in popularity: an update of a Cornell Quarterly Classic. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. Ithaca, v. 42, ed. 3, p. 13-24, 2001.

SHARPLEY, Richard. Tourism, religion and spirituality. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike (Orgs.). **The SAGE handbook of tourism studies**. London: SAGE, 2009, p. 237–253.

SILVA, José Manuel Azevedo e. As ilhas afortunadas e o Atlântico greco-romanos, na visão de Leonardo Torriani. In: OLIVEIRA, Francisco de; THIERCY, Pascal; VILAÇA, Raquel. **Mar greco-latino**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2006.

SILVA, Marília Natacha de Freitas. **Turismo e desenvolvimento**: uma proposta para medição e avaliação da vulnerabilidade social nos territórios turísticos. 2019. 610 f. Tesis Doctoral – Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante, Alicante, 2019.

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

Turismo em Bali: 8 coisas que ninguém te conta. **TRIPPING UNICORN SINGAPURE**, 2018. Disponível em: <https://trippingunicorn.com/pt/blog/turismo-em-bali-curiosidades>. Acesso em: 07 nov. 2019.



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

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

ZIDDY, Issa. Western tourism in Zanzibar: cultural and religious implications. **Adam Academy Journal of Social Sciences**, Ankara, v. 3, ed. 2, p. 111-124, 2013.

ZIERER, A. Paraíso versus Inferno: a visão de Túndalo e a viagem medieval em busca da salvação da alma (século XII). **Mirabilia**. Revista de História Antiga e Medieval. São Paulo/Frankfurt/Barcelona, v. 2, p. 152-184, 2002.

HISTÓRICO

Submetido: 11 de outubro de 2023.

Aprovado: 26 de abril de 2024.

Publicado: 14 de Maio de 2024.

DADOS DO(S) AUTOR(ES)

Tiago da Silva Castro

Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Integrante do Observatório das Metrópoles - Núcleo Fortaleza (OM). Endereço para correspondência: Rua François Teles de Menezes, 188, Ap. 1208, Fátima, Fortaleza/CE, Brasil. CEP: 60415-110.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3113-9705>.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9464749205814056>.

E-mail: tiagocgeo@gmail.com.

COMO CITAR O ARTIGO - ABNT

CASTRO, T. da S. Sobre monstros, navios fantasmas e ilhas afortunadas: mitos e discursos fundadores dos paraísos turísticos litorâneos. **Revista GeoUECE**, Fortaleza (CE), v.13, n.24, e202403, 2024.