

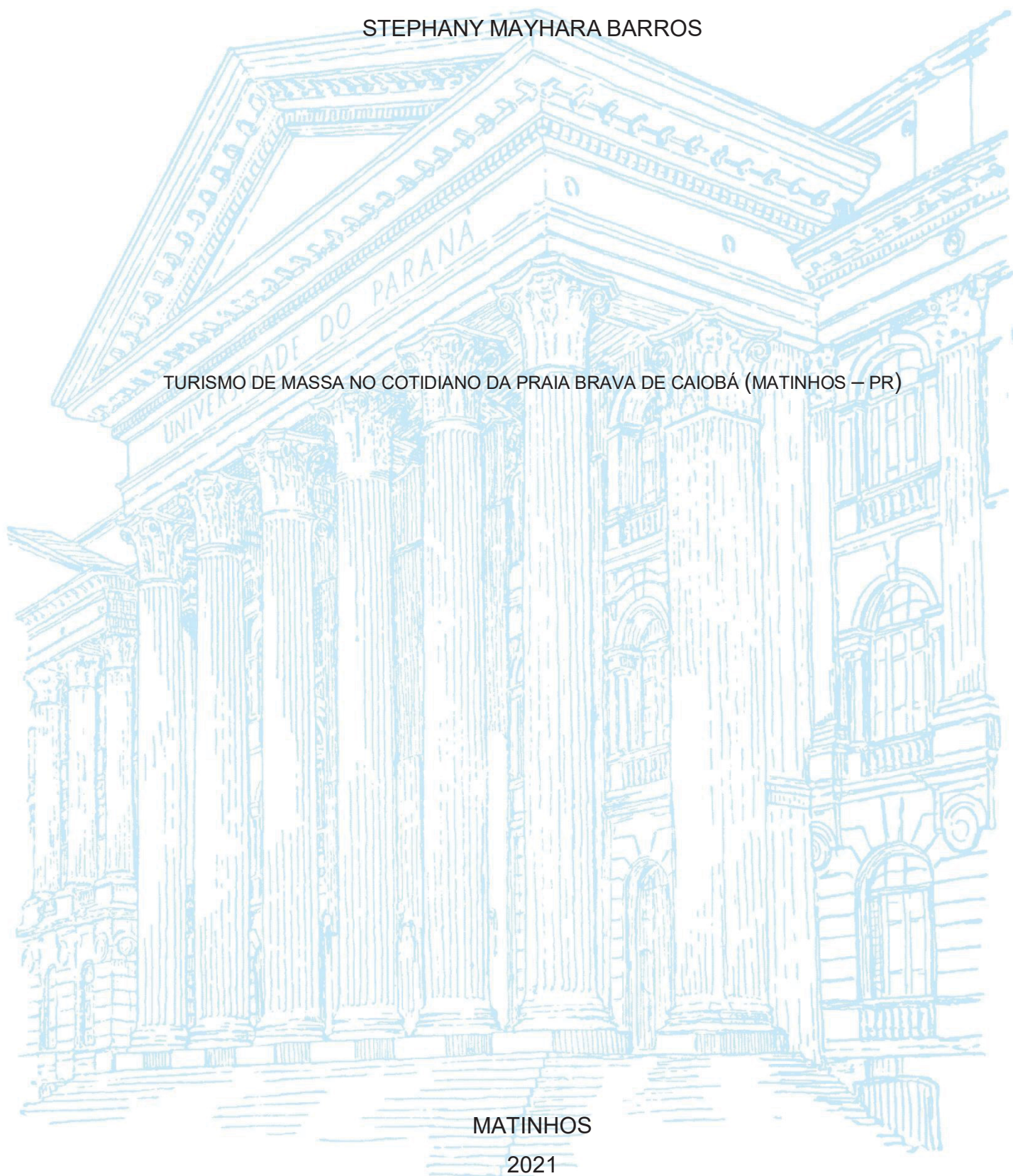
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

STEPHANY MAYHARA BARROS

TURISMO DE MASSA NO COTIDIANO DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ (MATINHOS – PR)

MATINHOS

2021



STEPHANY MAYHARA BARROS

TURISMO DE MASSA NO COTIDIANO DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ (MATINHOS – PR)

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial Sustentável, Setor Litoral, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Territorial Sustentável.

Orientador(a): Prof(a). Dr(a). Cinthia Maria de Senna Abrahão

Coorientador: Prof. Dr. Alan Alves Ripoll

MATINHOS

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte
Biblioteca da Universidade Federal do Paraná - Setor Litoral

B277t Barros, Stephany Mayhara
Turismo de massa no cotidiano da Praia Brava de Caiobá
(Matinhos-PR) / Stephany Mayhara Barros; orientadora Cinthia Maria
de Senna Abrahão; coorientador Alan Alves Ripoll – 2021.
118 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná - Setor
Litoral, Matinhos/PR, 2021.

1. Turismo e consumo. 2. Litoral do Paraná. 3. Matinhos - Paraná.
4. Cotidiano turístico. I. Dissertação (Mestrado) – Programa do
Mestrado em Desenvolvimento Territorial Sustentável. II. Título.

CDD – 380.145



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR LITORAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL SUSTENTÁVEL - 40001016081P3

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **STEPHANY MAYHARA BARROS** intitulada: **TURISMO DE MASSA NO COTIDIANO DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ (MATINHOS / PR)**, sob orientação da Profa. Dra. CINTHIA MARIA DE SENA ABRAHÃO, que após terem inquirido a

aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestra está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

MATINHOS, 30 de Setembro de 2021.

Assinatura Eletrônica
30/09/2021 16:16:24.0
CINTHIA MARIA DE SENA ABRAHÃO
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica
01/10/2021 11:21:59.0
ELIZABETE SAYURI KUSHANO
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ -
LITORAL)

Assinatura Eletrônica
30/09/2021 16:25:51.0
EDEGAR LUIZ TOMAZZONI
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO)

Assinatura Eletrônica
17/11/2021 09:57:47.0
ALAN RIPOLL ALVES
Coorientador(a)

DEDICATÓRIA

A memória de minha avó, Lindamir da Conceição Dias Barcellos Bicca, por todo o amor, carinho e afeto destinados a mim. E, a minha mãe, Lindabel Ferreira Barros, pela oportunidade que me concedeu ao trazer-me à existência.

AGRADECIMENTOS

A experiência do mestrado me trouxe aprendizados para além do âmbito acadêmico. O caminho percorrido, assim como as pessoas com que compartilhei algum momento durante essa trajetória acrescentaram à minha formação pessoal. O processo de elaboração dessa dissertação não seria possível sem o apoio de algumas pessoas.

Agradeço primeiramente à minha mãe, por ser porto, me incentivar e apoiar em todos os momentos difíceis, por chorar minhas dores, por vibrar com as minhas vitórias, por ser meu espelho e orgulho. Ao meu sobrinho Miguel que, ainda que com tão pouca idade, me deu força e resiliência para continuar. Ao meu pai, meu irmão e minha cunhada Ana Luiza, por se fazerem sempre presente.

Minha imensa gratidão à professora Dra. Cinthia Maria de Sena Abrahão, por ser muito mais que uma orientadora. Obrigada por toda palavra de incentivo, toda disponibilidade de ouvir e de me compreender. Obrigada por sua empatia, sensibilidade e por ser referência de mulher, profissional, e de ser humano. Com certeza, o seu apoio foi fundamental para a conclusão dessa etapa tão complexa da minha vida. Gratidão!

Ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial Sustentável por me proporcionar todo conhecimento adquirido durante o curso. A todos os professores e professoras que se mostraram sempre dispostos a compartilharem seus conhecimentos e experiências. A todos os colegas de turma com quem compartilhei além dos deliciosos cafés, sorrisos e amizade, em especial Michael, Erica, Tatiana, Marília, Luciane e Daniele. A minha mais sincera gratidão!

RESUMO

O fenômeno do turismo de massa intensificou-se a partir do século XX e tem como principal característica o movimento de massas de turistas que viajam durante o mesmo período do ano (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2003). Outra particularidade do turismo de massa é a transformação dos lugares, destinos deste fenômeno, em objetos de consumo. Tal fenômeno transforma os destinos em objetos de consumo, produtos da “indústria do turismo e do lazer”, cujo principal objetivo é o de comercializar sonhos, desejos e expectativas em forma de viagens. No percurso de ocupação turística do espaço no estado brasileiro do Paraná, as praias passaram a ser ocupadas entre as décadas de 1920 e 1930 por banhistas, imigrantes alemães, oriundos da capital do estado, originalmente usufruindo da Ilha do Mel e durante o contexto da Segunda Guerra, passaram a ocupar e estruturar o que atualmente corresponde ao balneário de Caiobá, no município de Matinhos, onde está abrigada a Praia Brava de Caiobá (PBC), recorte espacial desta pesquisa. O turismo de massa, no entanto, é uma configuração que se efetivou desde a década de 1960, mais acentuadamente a partir da edificação das infraestruturas de conexão com a Região Metropolitana de Curitiba. Frente a isto, o objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar o fenômeno do turismo de massa contemporâneo, a partir do cotidiano turístico na Praia Brava do balneário de Caiobá (Matinhos - PR). A investigação foi realizada por meio da observação não participante e da pesquisa documental e o método adotado para análise dos dados foi a análise de conteúdo. Os resultados atestam que as principais características do fenômeno do turismo de massa contemporâneo se manifestam no cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá, a partir da apropriação deste cenário por turistas e segundos residentes. A objetificação da PBC, bem como, a superficialidade da relação do turista de massa com o espaço se apresentam no comportamento e na percepção desses sujeitos.

Palavras-chave: Cotidiano turístico. Matinhos. Turismo e consumo. Litoral do Paraná. Praia Brava de Caiobá.

ABSTRACT

The phenomenon of mass tourism has intensified since the XX century and its main feature is the movement of masses of tourists that travel during the same period of the year (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2003). Another particularity of the mass tourism phenomenon is that it changes their destinations into consumer goods. This phenomenon that changes destinations into consumer goods, products of the “leisure and tourism industry”, which the main goal is to sell dreams, desires and expectations in travels. During the tourist occupation at the Brazilian state of Paraná, the beaches began to be occupied between 1920 and 1930 by bathers and German immigrants from the state’s capital who, at first, experienced the Ilha do Mel and, through the World War II, they started to occupy and build the nowadays Caioba Beach, in the municipality of Matinhos, that holds the Praia Brava de Caiobá (PBC), the spatial cutout of this research. Mass tourism, however, is a configuration that gained strength since the 1960s, markedly from the establishing of the connection infrastructure with the Curitiba metropolitan region. Consequently, the main goal of this research is to analyze the contemporary mass tourism phenomenon, from everyday tourism in the Praia Brava in Caiobá Beach (Matinhos-PR). The investigation was made with the non-participant observation method and document search and the data analysis was made by content analysis. The results shows that the main features of the contemporary phenomenon of mass tourism manifests in everyday tourism in Praia Brava of Caiobá, from appropriation of this scenario by tourists, as related by residents. The objectification of the PBC as well as the shallow relation of the mass tourist with the space show themselves in the behaviour and perception of those subjects.

Keywords: Daily Tourist. Matinhos. Tourism and Consumption. Litoral do Paraná.
Praia Brava de Caiobá.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MAPA DE LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MATINHOS	51
FIGURA 2 – TRANSFORMAÇÃO NA PAISAGEM DE CAIOBÁ COM A CONSTRUÇÃO DO EDIFÍCIO <i>MAPPI</i>	55
FIGURA 3 – VISTA AÉREA DA PRAIA MANSA, AO FUNDO A PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ	57
FIGURA 4 – MAPA DO LOCAL ONDE FOI REALIZADA A OBSERVAÇÃO NÃO- PARTICIPANTE, A SETA INDICA A POSIÇÃO DA SORVETERIA <i>D'VICZ</i>	66
FIGURA 5 – ANOTAÇÕES REALIZADAS NO CADERNO DE CAMPO, 2020	67
FIGURA 6 – CENA DIURNA DO CALÇADÃO DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ	67
FIGURA 7 – PÁGINA INICIAL DA PLATAFORMA DO <i>TRIPADVISOR</i> , 2021	69
FIGURA 8 – RESULTADO DA BUSCA PELO TERMO “CAIOBÁ” NA PLATAFORMA DO <i>TRIPADVISOR</i>	69
FIGURA 9 – AVALIAÇÕES DOS TURISTAS EM RELAÇÃO À PBC NA PLATAFORMA DO <i>TRIPADVISOR</i>	70
FIGURA 10 – CRIAÇÃO DA TABELA DINÂMICA NO <i>MICROSOFT EXCEL</i>	71
FIGURA 11 – RELATÓRIO PRODUZIDO COM O AUXÍLIO DA TABELA DINÂMICA	71
FIGURA 12 – QUADRO DE SISTEMATIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS	73
FIGURA 13 – ORLA DA PBC EM FRENTE À SORVETERIA <i>D'VICZ</i>	75
FIGURA 14 – TURISTAS NA BEIRA-MAR DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2016...	81
FIGURA 15 – O COTIDIANO TURÍSTICO NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2019...	89
FIGURA 16 – TERMOS UTILIZADOS PELOS TURISTAS NO TEXTO DA AVALIAÇÃO	94
FIGURA 17 – RETRATO DE UMA TURISTA NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2016	96
FIGURA 18 – IMAGEM AÉREA DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2015	98
FIGURA 19 – ARENA MUNDO RIC, 2020	99
FIGURA 20 – ANÁLISE DE SIMILITUDE DOS TERMOS UTILIZADOS PELOS TURISTAS NAS AVALIAÇÕES	100

FIGURA 21 – AVENIDA JK, LIMÍTROFE ENTRE CAIOBÁ E O TABULEIRO

104

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – SUBCATEGORIAS DE ANÁLISE DE DADOS	60
QUADRO 2 – APLICAÇÃO DOS MÉTODOS DE COLETA DE DADOS EM RELAÇÃO AOS OBJETIVOS DE PESQUISA	62
QUADRO 3 – VIAGENS COLETIVAS A PARTIR DAS AVALIAÇÕES DOS TURISTAS NA PLATAFORMA DO TRIPADVISOR	77

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
OS PRIMÓRDIOS DO TURISMO DE MASSA NO BRASIL E NO BALNEÁRIO DE CAIOBÁ (MATINHOS-PR)	16
PROBLEMA E OBJETIVOS DE PESQUISA	18
CAPÍTULO I - TURISMO DE MASSA: COTIDIANO NA APROPRIAÇÃO DA PRAIA 21	
1.1 HISTÓRICO DO TURISMO DE MASSA	22
1.1.1 TRANSFORMAÇÕES NO MODO DE VIAJAR DESDE A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL	24
1.1.2 UM RESGATE DO AMBIENTE PRAIANO NO CONTEXTO DO TURISMO DE MASSA ³¹	
1.1.2.1 TURISMO DE MASSA EM ESPAÇOS PRAIANOS NO BRASIL	37
A INCIDÊNCIA DAS SEGUNDAS RESIDÊNCIAS TURÍSTICAS NO BRASIL	39
1.1.3 A RECENTE EXPANSÃO DA CLASSE TRABALHADORA E SEUS IMPACTOS NO CONSUMO DE MASSA	40
1.2 TURISMO DE MASSA E COTIDIANO TURÍSTICO	42
1.2.1 O USO DO TERRITÓRIO COMO MERCADORIA	42
1.2.2 COTIDIANO E COTIDIANIDADE	45
1.2.3 O COTIDIANO TURÍSTICO	49
CAPÍTULO II - CAMINHOS METODOLÓGICOS	52
2.1 CARACTERIZAÇÃO DO RECORTE ESPACIAL: “CONSTRUÇÃO” DO BALNEÁRIO TURÍSTICO DE CAIOBÁ	52
2.2 METODOLOGIA	60
2.3 MÉTODOS DE COLETA DOS DADOS	63
2.3.1 MÉTODO 1: OBSERVAÇÃO NÃO-PARTICIPANTE	64
2.3.2 MÉTODO 2: PESQUISA DOCUMENTAL	65
2.4 MÉTODOS DE TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS	66
2.5 PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS	66
2.5.1 OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE	67
2.5.2 PESQUISA DOCUMENTAL	69
2.5.2.1 Avaliações <i>Tripadvisor</i>	70

2.5.2.2 Entrevistas com os segundos residentes	73
CAPÍTULO III – RESULTADOS E DISCUSSÃO	76
3.1 – O TURISMO DE MASSA NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ	76
3.1.1 A PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ COMO DESTINO DE VIAGENS COLETIVAS/FAMILIARES	76
3.1.2 – O PODER DE CONSUMO DO TURISTA E DO SEGUNDO RESIDENTE NA APROPRIAÇÃO DA PBC	81
3.2 – COMPORTAMENTO DOS TURISTAS E DOS SEGUNDOS RESIDENTES NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ	86
3.2.1 – FACHADA DE DESCONTRAÇÃO E LIBERDADE	87
3.2.2 – FALSA COMPENSAÇÃO	90
3.3 – PERSPECTIVAS DO COTIDIANO TURÍSTICO NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ 93	
3.3.1 – O SOL, O MAR E A AREIA DA PRAIA: A IMAGEM CLICHÊ DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ	94
3.3.2 – CENÁRIO CASA	98
3.3.2.1 A NÃO EXPERIÊNCIA TURÍSTICA	105
CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
REFERÊNCIAS	113

INTRODUÇÃO

A relação da sociedade ocidental com os espaços praianos sofreu transformações em diferentes períodos da história, influenciadas por aspectos simbólicos e culturais. Pode-se considerar que a gênese do fenômeno do turismo de massa, foco da presente investigação, se deu em localidades marítimas entre os séculos XVIII e XIX no continente europeu (URRY, 2001).

Durante os séculos XIV e XV, o mar era considerado um território desconhecido, envolto de mistérios, habitat de criaturas monstruosas. Relatos de pescadores, de marinheiros, bem como textos bíblicos, colaboraram para a formação de tal imaginário em relação às águas dúbias do oceano. Essa simbologia, envolvendo o mar, despertava na população sentimentos de repulsa e medo (URRY, 2001; CORBIN, 1989).

O desejo de aproximação com o mar surgiu a partir dos anseios da elite europeia no século XVII, impulsionados por recomendações médicas que incentivaram os banhos de mar por suas propriedades terapêuticas e medicinais. “A praia era mais um lugar de ‘cura’ do que de lazer”. Contudo, o acesso a esses balneários marítimos era limitado a uma pequena parcela da sociedade que possuía condições de se deslocar e permanecer acomodada próximo ao mar (URRY, 2001, p. 35).

Tal caráter elitista dos banhos de mar foi modificado a partir de eventos históricos, tais como as revoluções industriais ocorridas no continente europeu, sobretudo na Inglaterra, que ocasionaram transformações profundas na sociedade. Desde o surgimento de uma classe de trabalhadores industriais que passaram a gozar de remuneração e tempo livre, as praias passaram a ser frequentadas não apenas pela aristocracia ou pela burguesia (URRY, 2001; ENKE, 2013).

O início do século XIX marcou o período em que, parafraseando Corbin (1989), a praia deixou de ser considerada um “território do vazio” e passou a frequentar também o imaginário da sociedade contemporânea. Estar à beira-mar deixou de ser condição única da aristocracia e da burguesia. Operários das indústrias passaram a desfrutar, durante seus períodos de férias remuneradas, destes espaços de lazer (URRY, 2001).

As transformações sociais e culturais vivenciadas pela sociedade no período pós-revolução industrial, bem como, os avanços científicos e tecnológicos colaboraram para que o fenômeno turístico se desenvolvesse de maneira vertiginosa. O desenvolvimento dos meios de transportes possibilitou os deslocamentos em massa que tinham como destino os espaços marítimos do continente europeu, mais especificamente, da Inglaterra. Contudo, a mudança central deste período envolveu aspectos relacionados ao trabalho e ao modo de produção. Tais processos transformaram também o lazer, as viagens, e o fenômeno turístico como um todo (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2003).

Assim como o trabalho, os períodos ociosos também passaram a ser regulamentados. O trabalho cada vez mais mecanizado, as cidades projetadas apenas para atender as demandas econômicas de trabalho e produção, geraram no ser humano *stress* e esgotamento, tanto físico quanto mental. Assim, o turismo torna-se o meio de escapar desse cotidiano: “[...] o lazer e, sobretudo, as viagens pintam manchas coloridas na tela cinzenta da nossa existência” (KRIPPENDORF, 2003, p. 36).

Neste contexto, fluxos crescentes de turistas passaram a viajar durante as férias com objetivo de fugir do cotidiano, da pressão do trabalho e da monotonia dos seus locais de residência. Viajam em busca de locais com características completamente opostas, lugares que possibilitem descanso e relaxamento, para que possam voltar às suas rotinas cotidianas com as energias recarregadas. Tal fenômeno denominado turismo de massa intensificou-se no século XX e teve como principal característica o movimento de massas de turistas que viajam durante o mesmo período do ano (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2003).

Ademais, outra característica deste modelo de turismo, está relacionada ao consumo em massa, o turismo de massa transforma os lugares, destinos deste fenômeno, em objetos de consumo. Para Krippendorf (2003, p. 41), “a necessidade de relaxamento é comercializada e transformada em viagem [...]”, e, as técnicas utilizadas para vender o produto turístico são basicamente as mesmas utilizadas para comercializar outros bens de consumo.

Segundo Urry (2001), não há como desconsiderar o fato de que o turismo de massa representa a democratização das viagens destinadas ao lazer, tendo em vista a origem elitista do fenômeno turístico. Todavia, Krippendorf (2003) apresenta uma crítica à noção de férias como maneira de equilibrar a vida cotidiana da sociedade contemporânea. Para o autor, trata-se de uma falsa compensação, tão mecanizada pela indústria cultural quanto o próprio cotidiano de trabalho.

Desta forma, o tempo de lazer torna-se uma experiência alienante para o turista de massa, não há interação social com a população autóctone e com a cultura do lugar visitado. Krippendorf (2003, p. 28) atenta para o fato de que “a economia reina, soberana, em nossa civilização. [...] Ela dita a conduta a adotar”. E como consequência disso, as relações, dentro do turismo de massa, são baseadas no consumo. O turismo de massa transforma os destinos em objetos de consumo, produtos da “indústria do turismo e do lazer” cujo principal objetivo é o de comercializar sonhos, desejos e expectativas em forma de viagens.

Outro fator determinante para a intensificação do turismo de massa está nos avanços científicos e tecnológicos vivenciados pela sociedade no século XX, bem como o desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação em massa. Sobretudo, os avanços sociais ocorridos desde a década de 1960 foram aspectos fundamentais para o crescimento desenfreado do turismo, difundindo-o para outras localidades do globo (KRIPPENDORF, 2003).

Contemporaneamente, o turismo de massa se apresenta como oposição a um cotidiano de trabalho, de hora certa, de pressão, de *stress*, de cobranças de resultados, da dinâmica urbana das cidades. Os turistas de massa projetam no lugar expectativas para o tão esperado descanso no período de férias. Os destinos turísticos vão sendo produzidos a partir das expectativas dos clientes, os turistas. Localidades com proximidade com o meio natural, como os espaços praianos, são transformadas, em objetos de consumo, a partir da lógica do turismo de massa.

Os primórdios do turismo de massa no Brasil e no balneário de Caiobá (Matinhos-PR)

No Brasil, as atividades de lazer relacionadas aos banhos de mar tiveram início no século XIX nas praias do Rio de Janeiro (AZEVEDO, 1988). Comportamento adotado inicialmente por membros da Corte portuguesa no Brasil, os banhos de mar tinham fins terapêuticos e os trajes eram compostos por vestimentas que cobrissem o corpo todo. Esta conduta da elite brasileira colaborou para que outras camadas sociais passassem a buscar não só os banhos de mar, mas também os banhos de sol com finalidade estética. Tais fatores impulsionaram uma mudança nos hábitos e comportamentos da sociedade brasileira (VASCONCELOS, 2017).

No sul do país, a prática dos banhos de mar foi estabelecida por imigrantes europeus, sobretudo alemães e seus descendentes. Em função de suas águas frias, as praias da região sul do Brasil passaram a ser indicadas por médicos alemães como cura para algumas enfermidades (CORREA, 2010). Além da propriedade medicinal, o mar era também percebido por suas propriedades milagrosas, demonstrando, segundo Correa (2010, p. 178): “[...] relação mística entre o mar e a saúde”.

No Paraná, as praias passaram a ser ocupadas entre as décadas de 1920 e 1930 por banhistas, imigrantes alemães, oriundos da capital do estado. Nas primeiras décadas do século XX Caiobá era uma pequena vila balneária frequentada por banhistas oriundos de Curitiba. Característica da prática marítima à época, as praias eram frequentadas durante o período de inverno, motivados pelo risco de contaminação por doenças infecciosas como, por exemplo, a malária (BIGARELLA, 2009; SAMPAIO, 2006).

Assim como no continente europeu, inicialmente, a fruição das praias do litoral paranaense era condição específica das elites da capital do estado. Descendentes de imigrantes italianos e, sobretudo, alemães, buscavam em Caiobá além dos banhos nas águas frias do mar no inverno, atividades de entretenimento características da época, como os bailes e as serenatas. Neste período, a infraestrutura de acesso às praias era precária e as viagens tornavam-se exaustivas. Contudo, serviços destinados à recepção dos banhistas já eram notados, dentre os quais a construção de hotéis e restaurantes (BIGARELLA, 2009; ESTEVES, 2011).

A partir da década de 1950, houve transformações nas práticas dos banhistas que frequentavam o litoral paranaense, sobretudo na vila balneária

Caiobá. Em decorrência da erradicação da malária, as temporadas e os banhos de mar passaram a ocorrer durante os meses de verão, caracterizando o veraneio do uso balneário na região. Pode-se considerar que o caráter elitista dos banhos de mar e do estar à beira-mar em Caiobá passou a ser minimizado a partir da década de 1960. Neste período, importantes investimentos estatais como a construção e melhoria de infraestruturas, facilitaram o acesso e permitiram que um maior número de pessoas pudesse desfrutar das praias (ESTEVES, 2011; CHEMIN e ABRAHÃO, 2014).

Tais aspectos vivenciados pelo balneário de Caiobá contribuíram para um processo de uso e ocupação caracterizado por segundas residências turísticas¹. Oriunda dos países do continente europeu, a prática de possuir uma residência secundária, como símbolo de *status* social, antecede até mesmo à prática do turismo. Difundida para outros países do mundo, a segunda residência então projetou uma nova forma de organização territorial (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018).

Atualmente, Caiobá recebe fluxos expressivos de turistas durante os meses de verão, oriundos de Curitiba e região metropolitana, bem como do interior do estado. O adensamento demográfico da Região Metropolitana de Curitiba, bem como a facilidade de acesso proporcionada pelas infraestruturas, viabilizou que contingente cada vez maior de pessoas usufruam da praia e seus prazeres (ESTEVES, 2011).

Desta forma, sob a lógica contemporânea do turismo de massa manifestam-se dois modos de uso dos espaços praianos. Um deles está relacionado ao uso temporário, ou seja, turistas que usufruem do espaço por um curto período. E, por outro lado, o uso da praia pelo turista permanente, ou seja, turistas que são proprietários de segundas residências nos destinos praianos turísticos.

Problema e objetivos de pesquisa

1 Segundo Abrahão e Tomazzoni (2018, p. 82), o fenômeno da segunda residência é marcante em diversas regiões do litoral brasileiro, trata-se de: “uma tipologia não hoteleira de hospedagem turística na qual existe um vínculo permanente, pelo retorno sucessivo ao mesmo destino, mas cuja permanência não excede o período de um ano”.

Frente ao contexto e às características da ocupação territorial do litoral paranaense, em particular ao balneário de Caiobá e suas praias, o problema de pesquisa foi estabelecido a partir da seguinte questão: **de que forma se apresentam as características do fenômeno do turismo de massa presentes no cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá?**

Tal problema desdobra-se nas seguintes questões:

Quais as principais características do turismo de massa na praia Brava do balneário de Caiobá? Como as massas de turistas se comportam no cotidiano turístico? De que forma a característica do consumidor de massa se apresenta no cotidiano turístico?

A partir desta problematização, os objetivos da presente pesquisa ficaram assim definidos:

Objetivo geral: **Analisar o fenômeno do turismo de massa contemporâneo, a partir do cotidiano turístico na Praia Brava do balneário de Caiobá (Matinhos - PR).**

Objetivos específicos:

- Compreender as principais características do turismo de massa na Praia Brava de Caiobá;
- Analisar o comportamento dos turistas no cotidiano do balneário;
- Identificar características do cotidiano turístico na percepção dos turistas que frequentam o balneário de Caiobá;

Os resultados da pesquisa foram organizados em três capítulos, além da introdução e apontamentos finais: o primeiro apresenta a fundamentação teórica sobre o tema central da pesquisa, o turismo de massa. Nele, estão contidos os conceitos centrais apresentados a partir de uma trajetória histórica do fenômeno. No segundo capítulo apresentam-se os caminhos metodológicos adotados pela investigação, bem como, os procedimentos e etapas do

desenvolvimento da pesquisa. No terceiro e último capítulo são apresentados os resultados obtidos pela presente pesquisa.

Capítulo I - Turismo de massa: cotidiano na apropriação da Praia

Neste capítulo aborda-se o tema “turismo de massa”, fenômeno social cujas raízes estão no século XVIII, mas têm nos séculos XX e XXI o seu apogeu, bem como seu encadeamento com os espaços praianos. Para tanto, apresenta-se, a partir de uma visão histórica, o turismo de massa e sua relação com a lógica de apropriação da praia na sociedade capitalista.

A abordagem sociológica de Jost Krippendorf (2003), em relação ao conceito de turismo de massa, é central para a fundamentação deste capítulo. Tal perspectiva será apresentada em diálogo com autores da sociologia e do turismo que se dedicam aos estudos sobre os conceitos de cotidiano e cotidianidade, como o sociólogo canadense Erving Goffman (2007).

De acordo com Krippendorf (2001), as transformações significativas vivenciadas pela sociedade europeia, desde o século XVIII, a partir da Revolução Industrial na Inglaterra, influenciaram novas dinâmicas sociais que foram difundidas pelo mundo, dentre elas, o turismo de massa. O que, por sua vez, está associado diretamente ao ganho de renda dos trabalhadores e à complexificação das classes médias. Neste sentido, considerando os aspectos espaço-temporais do fenômeno, buscar-se-á apresentar de forma inter-relacionada as principais características do turismo de massa na Europa, considerado lugar da sua gênese, bem como no Brasil, cujos traços se apresentam de maneira distinta.

Uma das características principais do fenômeno do turismo é a capacidade de apropriar-se de lugares e de transformar e modificar suas paisagens. Assim, localidades que proporcionem maior contato com o meio natural passam por um processo de “humanização”. Além disso, o fenômeno está diretamente relacionado a processos vivenciados pela sociedade, como a urbanização e o crescimento populacional de localidades que se transformam em destinos turísticos (PEREIRA, 2014).

Dentre esses espaços apropriados pelo turismo, a praia torna-se lócus especial de lazer e práticas turísticas, influenciado por transformações simbólicas na relação da sociedade ocidental com o mar. A relação da praia com o turismo de massa dá-se desde os primórdios deste fenômeno e tem

como lugar de origem o litoral da Inglaterra, principal potência mundial no período pós-revolução industrial. O processo de expansão do turismo, a partir das transformações vivenciadas pela sociedade europeia desde o século XVIII, fez emergir o que se denomina turismo de massa (URRY, 2001; PEREIRA, 2014).

Isto posto, o capítulo foi organizado em duas grandes seções, sendo que na primeira delas, será apresentado a partir de um resgate histórico do fenômeno do turismo de massa, sua relação com a construção do uso balneário e com as formas de apropriação do ambiente praiano no continente europeu e brasileiro. Na segunda, a partir de uma lógica conceitual, buscar-se-á retratar as formas de uso do espaço sob a lógica do turismo de massa na sociedade capitalista, bem como, almeja-se apresentar o encadeamento da vida cotidiana na sociedade industrial e capitalista com o turismo de massa.

Compreende-se o caráter econômico do turismo, sua capacidade de gerar receitas a países e localidades, destinos turísticos, bem como, emprego e renda às populações. Não obstante, o turismo deve ser analisado como um fenômeno social multifacetado e complexo que, contemporaneamente, contempla diferentes esferas da sociedade.

Em função desta característica fenomênica do turismo, constitui-se um campo próprio de produção científica. Adicionalmente, outras ciências, em particular aquelas que se ocupam direta ou indiretamente do espaço, buscaram analisar seus desdobramentos e configurações. Dentre as abordagens científicas que se debruçam sobre o turismo, optou-se pelo olhar sociológico a fim de analisar uma das faces do fenômeno turismo de massa.

1.1 HISTÓRICO DO TURISMO DE MASSA

Desde as primeiras civilizações humanas, encontros entre povos de diferentes regiões do globo terrestre são registrados através de relatos que perpassam a história, bem como pinturas rupestres, objetos e monumentos arqueológicos. A prática humana de deslocar-se se manifesta com o surgimento do *homo sapiens* (SANTOS FILHO, 2004).

Historicamente, desde as antigas civilizações, o homem movimenta-se pelo mundo orientado por diferentes motivações. Os romanos praticavam

viagens com o objetivo de expansão de seus territórios; no antigo Egito, as viagens se davam por motivações religiosas e festivas, enquanto na Grécia Antiga ocorriam deslocamentos significativos em decorrência das Olimpíadas (BARRETTO, 1995; URRY, 2001).

Na Europa dos séculos XII a XIV, se destacavam as viagens de cunho religioso, as denominadas peregrinações. Neste período, instalações de hospedagem destinadas aos viajantes eram mantidas por instituições religiosas. Apesar da multiplicidade de motivações, essas viagens de caráter recreativo eram prerrogativas das elites e assim continuaram sendo até as sociedades pré-modernas (URRY, 2001; ENKE, 2013).

No final do século XVII, o percurso denominado “*Grand Tour*” levava jovens aristocratas para viagens de cunho educacional, como forma de complementação à educação escolar e religiosa. O roteiro da viagem fomentava o conhecimento de lugares, culturas e idiomas e, além disso, essa experiência conferia *status* social (URRY, 2001). Na Inglaterra do século XVIII, O *Grand Tour* expandiu-se também aos filhos da classe social emergente, a burguesia, que viajavam para outros países com objetivo de adquirir conhecimentos que os preparasse para o domínio político do país. Apesar de já estar estruturado no século XVI foi no: “[...] final do século XVIII que o *Grand Tour* veio de fato tornar-se parte essencial de todo inglês de posse [...]” (SALGUEIRO, 2002, p. 291; FILHO, 2004).

Neste período, o *grand tourist* era proveniente principalmente da Inglaterra, em virtude da posição mundial do país no processo da industrialização capitalista. Isto significa que, o viajante do *Grand Tour* dispunha de recursos monetários e tempo ocioso para realizar a viagem cuja rota tinha como destinos Paris e cidades Italianas como Roma, Veneza, Florença e Nápoles. As principais características dessas viagens são o fato de que eram realizadas de forma individual e o roteiro era produzido de forma personalizada, tendo em vista seu caráter elitista² (SALGUEIRO, 2002; FRATUCCI, 2008).

²Em contrapartida a esse tipo de turistade elite está o “turista de massa”. Ao analisar o comportamento de turistas e definir quais são os tipos de turistas, Smith (1989), considera que o turista dito “turista de massa” é representado por indivíduos com renda média, cuja preferência está nas viagens realizadas em grupos. Neste sentido, é possível considerar que o

A predileção pelos destinos do *Grand Tour* representava o “culto ao antigo” que, segundo Salgueiro (2002, p. 301), se manifestava no continente europeu no século XVIII. O *grand tourist* era motivado pelo anseio de conhecimento da história e da cultura dos povos antigos. Os relatos e ilustrações destas viagens eram feitos no diário de viagem, elemento crucial para os viajantes, pois quando retornavam ao seu local de origem: “[...] a publicação conferia também bastante prestígio ao autor”.

Nos séculos XVIII e XIX, manifestou-se uma nova forma de viagem que se assemelhava ao *Grand Tour* por seu propósito de expansão de conhecimento. Eram expedições realizadas por cientistas e naturalistas que objetivavam conhecimento sobre outros continentes como África e América. O chamado “novo mundo” despertava o interesse dos viajantes que objetivavam retratar as características peculiares desses espaços, até então pouco conhecidos (ABRAHÃO e CHEMIN, 2009).

As transformações vivenciadas pela sociedade europeia influenciaram diretamente no modo de viajar e deslocar-se pelo mundo. O turismo já se anunciava a partir dos contornos das viagens mencionadas nesta seção. Todavia, a face do fenômeno turístico, escopo da presente pesquisa, denominada turismo de massa³ refere-se a uma prática moderna, que se consolidou e se intensificou na pós-modernidade (FIGUEIREDO e RUSCHMANN, 2004).

1.1.1 TRANSFORMAÇÕES NO MODO DE VIAJAR DESDE A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

O século XVIII é considerado marco de transformações significativas vivenciadas pelo continente europeu, em decorrência da Revolução Industrial

turista de massa não é o indivíduo integrante da elite, assim como não é o indivíduo das classes baixas, de menor poder aquisitivo.

3 A noção de turismo de massa adotada pela presente pesquisa está fundamentada na concepção de Jost Krippendorf (2003), que o apresenta como a massificação do fenômeno turístico como um todo. Segundo o autor, o turismo de massa contemporâneo surge a partir dos avanços tecnológicos vivenciados pela sociedade capitalista desde o século XX e trata-se de uma transformação da prática de viajar em mercadoria de consumo e de manipulação dos indivíduos.

ocorrida pioneiramente na Inglaterra. Essas modificações incluíram novas dinâmicas nos mais diferentes âmbitos da sociedade e, conseqüentemente, influenciou a forma de fazer turismo.

O capitalismo industrial iniciado na Inglaterra, ao longo do século XVIII, se consolidou no continente europeu ao longo do século XIX. Período caracterizado pela transformação do modo de produção, que anteriormente tinha como força motriz o homem. O advento das máquinas industriais a vapor e, como consequência, a produção em massa de mercadorias, modificaram a relação do ser humano com o trabalho (MIRANDA, 2012).

Surgiu então, a partir do processo supracitado, aliado à urbanização em decorrência da industrialização, uma nova classe social de trabalhadores, o proletariado. Tal classe de trabalhadores industriais, cujas condições de trabalho eram precárias e os salários irrisórios, vivenciou um estado de miséria e abandono. Durante a primeira metade do século XIX, os trabalhadores das indústrias do continente europeu viveram os abusos impostos pelos burgueses capitalistas. O final do século XIX, no entanto, foi marcado por lutas sindicais por direitos trabalhistas. Após um século de exploração e luta dos trabalhadores, os direitos sociais foram instaurados na Inglaterra, sucedendo a outros países do continente europeu, na primeira metade do século XX (MIRANDA, 2012).

Tal processo de conquista de direitos, consolidados a partir do início do século XX, paulatinamente, fez emergir uma classe de trabalhadores que passaram a dispor de diminuição da carga horária e de férias remuneradas⁴. As férias passaram a ser incorporadas na agenda dos trabalhadores das indústrias do continente europeu. “Um traço particularmente significativo das férias é que elas deviam ser gozadas coletivamente” (URRY, 2001, p. 38). Em decorrência disto, os trabalhadores industriais transformaram-se em potenciais turistas de massa (KRIPPENDORF, 2003).

Inicialmente, durante o pouco tempo ocioso, os trabalhadores buscavam formas de lazer entre as ruelas das cidades industriais inglesas.

4 O proletariado se transformou, paulatinamente, em uma classe social de renda mediana, ao mesmo tempo em que se expandia o mercado interno dos países que passavam pelas transformações industriais. O custo barateado dos produtos, devido a produção em série, tornou-se característica principal do consumo em massa (CHAUÍ, 2014).

Face ao exposto, em decorrência da organização rotineira do trabalho houve investidas na racionalização do lazer, estendendo para este campo da vida privada a lógica fabril. Observa-se que o tempo ocioso dos trabalhadores passava a afligir a classe burguesa, bem como aos representantes da igreja (URRY, 2001; SOUZA, 2013).

A partir de meados do século XIX, a ideia de civilizar o que consideravam ser a “grosseira classe trabalhadora” por meio de uma recreação organizada, tornou-se muito mais divulgada entre os patrões, os reformadores de classe média e o Estado (URRY, 2001, p. 37). Desta forma, para que o desempenho durante o tempo de trabalho não fosse afetado pelo tempo de lazer, viagens de trem passaram a ser organizadas pela igreja como meio de controle social dos trabalhadores. Um dos precursores destas viagens na Inglaterra foi o missionário batista *Thomas Cook* (SOUZA, 2013).

Thomas Cook foi na verdade um pioneiro do turismo “moderno”, graças ao desenvolvimento da Inglaterra como a primeira potência a se industrializar e praticar as leis de mercado favorecidas por uma população trabalhadora capaz de consumir produtos (SANTOS FILHO, 2004, p. 11).

As excursões organizadas por Cook⁵ permitiam que os trabalhadores industriais conhecessem o país, em especial os espaços litorâneos e o mar, ao passo que os distanciava de atividades consideradas não produtivas. Posteriormente, Cook substituiu as viagens de cunho filantrópico pelas viagens organizadas cujo “[...] pacote incluía um guia que acompanhava o grupo a lojas recomendadas e a locais de interesse histórico [...]” (URRY, 2001, p. 43; SOUZA, 2013).

Cook possibilitou que os proletários, trabalhadores das fábricas, então detentores de direitos sociais reivindicados e conquistados, frequentassem os mesmos locais que classes mais abastadas buscavam para o lazer. As práticas turísticas da classe dominante motivadas por curas terapêuticas passaram a

5A expansão do turismo a outras classes que não a elite, fez com que emergissem conceitos como os de “turismo popular e turismo social”, citados por Boyer (2003), que foram associados ao turismo que emergia abrangendo trabalhadores. E mais tardiamente, os conceitos apresentados por Lima (2013) de “turismo fordista e turismo de massa”.

ser reproduzidas pela classe trabalhadora em ascensão⁶. E este processo, é compreendido como a emergência do turismo de massa (SANTOS FILHO, 2004).

Os feitos de *Thomas Cook* em relação ao agenciamento de viagens só se concretizaram em decorrência das transformações ocorridas no século XVIII que resultaram no avanço dos meios de transporte, sobretudo o ferroviário, visto que o veículo comportava muitos passageiros. A década de 1841 foi marcada como o início do turismo moderno, pois foi neste ano que ele realizou a primeira viagem em grupo pela Inglaterra. A partir da década de 1850, as viagens organizadas por Cook foram expandidas para outros países do continente europeu como França, Alemanha e Itália (AMARAL JUNIOR, 2008; FRATUCCI, 2008).

O deslocamento massivo de trabalhadores industriais para atividades de lazer, cujo poder de consumo foi conquistado a partir da instituição de direitos sociais, é considerado por Urry (2001) marco de democratização do fenômeno turístico em decorrência do seu caráter originalmente elitista. “Não mais restrita a uma elite, o turismo agora, era uma prática totalmente estabelecida e aceita” (SOUZA, 2013, p. 39).

Antes, porém, do século XIX, poucas pessoas que não as das classes superiores realizavam viagens para ver objetos, motivadas por razões que não dissessem respeito ao trabalho ou aos negócios. É isso que constitui a característica principal do turismo de massa nas sociedades modernas, isto é, boa parte da população, a maior parte do tempo, viajará para algum lugar com a finalidade de o contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho (URRY, 2001, p. 20).

Durante o século XX, o advento do transporte aéreo reconfigurou o modo de viajar, aliado a isso, a expansão das malhas rodoviária e ferroviária encurtaram as distâncias entre os viajantes e os lugares a serem visitados. Nesse período, o mundo vivenciou transformações econômicas, sociais e

⁶ À medida em que os ambientes turísticos, incluindo os praias, passam a receber turistas de forma massiva, deixam de ser espaços de referências para as elites.

políticas intensas. Dentre elas, destaca-se o fato de que os Estados Unidos da América haviam passado por um processo de industrialização que, desde o início do século, fomentava a expansão da atividade turística fora do continente europeu (FRATUCCI, 2008).

O capitalismo industrial elevou a classe trabalhadora à condição de consumidora, ou seja, o consumo deixou de estar circunscrito a uma pequena elite. Tal característica se apresenta de maneira mais tímida no continente europeu em relação aos Estados Unidos, que vivenciou no início do século XX, profundas transformações fomentadas pelo fordismo⁷. Pode-se considerar esse período como inicial para o processo de produção e consumo em massa, acentuado principalmente no período pós-segunda guerra (BRANDÃO, 2009).

O fenômeno turístico se desenvolveu de forma vertiginosa durante as primeiras décadas do século, no entanto, eventos como a Segunda Guerra Mundial, ocasionaram transformações econômicas de ordem mundial e influenciaram para uma estagnação do fenômeno. Então, somente a partir da década de 1950 o fenômeno turístico apontou com características do turismo de massa, acentuando-se na década de 1960, influenciado pelos avanços tecnológicos e científicos, sobretudo dos meios de transporte e comunicação (KRIPPENDORF, 2003; BOYER, 2003).

A produção em massa de meios de transporte como automóveis, a partir do desenvolvimento da indústria automobilística, de trens e aviões, impulsionaram o turismo de massa. A expansão da aviação comercial é considerada a grande influenciadora do aumento do fluxo de viajantes ao redor do mundo. Esse meio de transporte em especial comporta maior número de passageiros e realiza grandes distâncias em curto espaço de tempo. Na perspectiva do consumo de massa, emergem as segmentações de baixo custo, o que possibilitou um volume cada vez maior de pessoas com acesso ao transporte aéreo (AMARAL JUNIOR, 2008).

Todas essas mudanças no contexto mundial, na forma de organização das sociedades, por mais desiguais que se desenvolvam

⁷No interior dos Estados Unidos, implantado por Henry Ford o modelo denominado fordismo estabeleceu disciplina, por meio de um controle mais rígido do tempo de trabalho e do tempo de lazer, bem como aumento da renda, que favoreciam a operação da “linha de montagem de alta produtividade” (FRATUCCI, 2008, p.7).

nos diversos territórios existentes, tendem à expansão, através do fenômeno da globalização. É importante ressaltar que quando apontamos essas transformações, estas não se referem a um processo concluso, ao contrário, as diversas mudanças que estão se processando não estão acabadas, posto que nunca estarão (LIMA, 2013, p. 80).

Os processos supracitados produziram um aumento significativo no contingente de pessoas se deslocando pelo globo. Marco do turismo internacional neste período, a Conferência Mundial de Turismo, realizada no ano de 1990 nas Filipinas, inseriu um novo padrão de desenvolvimento turístico. Os aspectos tratados neste evento envolviam questões ambientais, o respeito à diferença dos povos, a concepção de produtos turísticos diferenciados, e a inclusão da comunidade receptora no processo de desenvolvimento do turismo (FRATUCCI, 2008).

[...] no final do século XX, a composição do mapa de fluxos de viagens e de lazer ganha outra configuração, com a entrada de outras áreas emissivas (países do leste europeu, Brasil, China, Austrália) e, principalmente de novas áreas receptoras (Polônia, Hungria, China) (FRATUCCI, 2008, p. 56).

Entre o fim do século XX e o início do século XXI, o cenário político econômico mundial inseriu uma nova dinâmica na prática turística. As viagens passaram a ter menor tempo de duração e as motivações foram segmentadas, o que influenciou na produção de pacotes de viagens personalizados para cada perfil de turista. Além disso, o aumento do apelo midiático em relação aos destinos turísticos e as facilidades de crédito para viagem: “[...] tornaram o hábito de viajar quase que uma obrigação social” (FRATUCCI, 2008, p. 43).

Desde as transformações mencionadas, outros tipos de turismo se tornaram reais, sem, todavia, que o turismo de massa deixasse de existir. Na contemporaneidade, coexistem dois tipos de turismo: o turismo fordista ou de massa, e o turismo mais personalizado ou pós-fordista. A mudança de um modo de produção fordista para o pós-fordismo fomentou transformações na demanda turística que se tornou mais “exigente, variável e variada” (LIMA, 2013; ZAOUAL, 2008).

Em que pese as mudanças trazerem novas variáveis para o cenário do fenômeno turístico, fato é que desde a década de 1970, estudiosos deste campo passaram a atentar para os efeitos negativos do turismo de massa, que

envolvem aspectos sociais, econômicos e de esgotamento ambiental. Ressalta-se que a massificação do fenômeno turístico produziu uma espécie de homogeneização dos atrativos turísticos nas mais diferentes localidades do globo (ZAOUAL, 2008; KRIPPENDORF, 2013).

Ainda nesse sentido, o processo de urbanização das praias, fruto da internacionalização do turismo, contribuiu para a uniformização dos destinos do turismo de massa. Conforme apresentado anteriormente, essa lógica de produção dos destinos está fundamentada na supremacia da dimensão econômica, baseada no objetivo mais imediato de retorno sobre os investimentos. E, como consequência disso, surgem então, outras vertentes do turismo como forma de antepor ao turismo de massa e seus impactos negativos sobre a cultura, a população e as localidades onde o fenômeno se “hospeda” (ZAOUAL, 2008, p. 3-4). Para Krippendorf (2003), a humanização do turismo se dá ao passo que o próprio cotidiano é humanizado.

Somente uma outra sociedade e outras condições de vida produzirão um outro turista. Uma sociedade doente não pode produzir um turista sadio. É preciso que o cotidiano se modifique para que a viagem possa sofrer um processo semelhante (KRIPPENDORF, 2013, p. 134).

Na contemporaneidade, emergem outros formatos de organização do turismo, como alternativa ao turismo de massa, com base em uma experiência turística que promova maior integração entre o turista e a cultura, natureza e história dos lugares. Neste contexto, estão o turismo solidário, o turismo intercultural, turismo da natureza, ecoturismo, turismo durável, turismo de proximidade, turismo de memória e de história, turismo de valores, e o turismo situado (ZAOUAL, 2008).

Em síntese, pode-se observar que o fenômeno turístico foi se transformando, ao passo que a sociedade ocidental também se transformava. Passou de prerrogativa das elites para bem de consumo em massa, tornando-se um produto estratificado. O ato de viajar, todavia, permanece como ato capaz de conferir *status* social ao indivíduo. Novos modos de viajar surgiram no decorrer histórico da prática turística. No entanto, hábitos antigos se consolidaram e se intensificaram como a prática do turismo em balneários marítimos, conforme apresentado na subseção seguinte.

1.1.2 UM RESGATE DO AMBIENTE PRAIANO NO CONTEXTO DO TURISMO DE MASSA

Desde a Revolução Industrial, paulatinamente foram espalhando efeitos sociais transformadores, dentre os quais os hábitos relativos ao turismo. Isto posto, nesta seção buscar-se-á, a partir da construção de uma linha do tempo, enfatizar a disseminação de um tipo específico de viagem, cuja característica principal é o deslocamento massivo de indivíduos em direção a espaços praianos.

A prática do turismo balneário se desenvolveu intensamente na Europa dos séculos XVIII e XIX. No entanto, o hábito dos banhos em instâncias termas, próximas ao mar, remonta às práticas dos romanos e dos gregos antigos. Ainda que se trate de uma atividade antiga na história da sociedade ocidental, assumiu novos contornos em diferentes períodos (FRATUCCI, 2008).

A partir de transformações simbólicas na imagem construída pela sociedade ocidental em relação ao mar, a praia tornou-se locus de lazer e de atividades caracteristicamente turísticas. Na gênese das práticas de lazer marítimas, a praia era um espaço de acesso restrito para a elite europeia. As classes mais abastadas desfrutavam dela motivadas por recomendações médicas sobre o potencial terapêutico dos banhos de mar (PEREIRA, 2016; URRY, 2001).

Anteriormente a isso, o mar e os espaços litorâneos eram representados como lugares inóspitos, insalubres e desconhecidos. Aspectos culturais e simbólicos contribuíram para a construção de tal imaginário, envolvendo relatos de pescadores e de homens que se aventuravam nas águas misteriosas do mar (CORBIN, 1989; ENKE, 2013):

Relatos de pescadores e viajantes povoavam a imaginação de moradores próximos a costa do oceano descrevendo o mar “bravo” em toda sua fúria, suas águas malditas, que enfeitiçando os homens a navegá-lo ou quem sabe desvendá-lo os sugavam para seu interior e os devoravam. Algumas descrições narram histórias mirabolantes, de monstros marinhos engolindo embarcações inteiras, serpentes gigantescas e homens peixe atacando pequenos barcos de pescadores próximo à costa (ENKE, 2013, p. 97).

Outro elemento que contribuiu para a concepção simbólica da imagem da praia como um “território do vazio” são os discursos presentes no texto bíblico. A fúria do dilúvio que aparece como forma de castigo de um poder divino, insatisfeito com a humanidade, assim como o oceano como produto de tal catástrofe. “Essa cosmologia sagrada impõe ao mar e às criaturas que o habitam [...] um forte valor simbólico” (CORBIN, 1989, p. 16).

A praia tornou-se palco para tragédias e este simbolismo despertava na população sentimentos de medo, de repulsa e a distanciava dos espaços praianos. A partir do século XVII, as transformações nos valores da sociedade ocidental modificaram sua relação com a praia. Logo: “[...] pessoas interessadas em decifrar seus mistérios passaram a frequentar o espaço praiano a fim de ‘descobrir’ o que de verdadeiro havia na literatura clássica, mítica e religiosa” (ENKE, 2013, p. 99).

Ainda no século XVII, poetas barrocos descreviam os sentimentos de alegria despertados pela presença à beira-mar no continente europeu, a experiência de observar e admirar a imensidão do oceano. Entre os séculos XVIII e XIX, o movimento político-cultural, denominado romantismo, influenciou na decisão em relação às viagens que proporcionassem maior contato com o meio natural, encorajando “também os banhos de mar” (ENKE, 2013; URRY, 2001, p.39).

Prática inicialmente realizada por aristocratas britânicos, em meados do século XVII, os banhos de mar eram indicados por médicos como forma de “cura” para os malefícios do corpo e do espírito. No século XVIII, o hábito dos banhos de mar aumentou significativamente na Inglaterra, quando a emergente classe burguesa e mercantil passou a ocupar a praia em busca das propriedades terapêuticas (URRY, 2001; ENKE, 2013).

Houve, durante o século XVIII, um expressivo crescimento no número de balneários construídos no continente europeu. Além dos banhos de mar terapêuticos, o ar puro e as paisagens naturais da praia atraíam cada vez mais praticantes do lazer à beira-mar. Surgiu então, na Inglaterra, o primeiro balneário marítimo moderno denominado *Brighton*, no ano de 1735 (URRY, 2001; PEREIRA, 2014). Neste contexto, Frattucci (2008, p. 34-35) relata que:

[...] além dos banhos medicinais, os visitantes eram brindados com bailes, passeios, bibliotecas, jogos e festas que lhes proporcionavam prazeres e entretenimentos diferenciados. O balneário tornou-se ponto de encontro da sociedade moderna instalando um novo modo de olhar o mundo.

A arte dos poetas, escritores e pintores europeus que retratavam o sentimento de estar à beira mar, despertou interesses de outras classes sociais. Localidades próximas ao mar passaram a ser frequentadas não apenas pela elite, transformando-se em destinos de viagem, também, das classes de renda mediana. “Esta cena à beira mar ilustrou o poder das elites em se apropriar e disseminar novos hábitos comportamentais perante uma sociedade que se transformava social e culturalmente” (ENKE, 2013, p. 113).

Os avanços tecnológicos dos meios de transportes, durante o século XIX, influenciaram no processo de desenvolvimento dos balneários do continente europeu, sobretudo o ferroviário. Tais melhorias diminuíram significativamente o tempo de viagem, encurtando as distâncias entre as cidades industriais e os balneários marítimos⁸. As condições de acesso e a proximidade com pequenas e grandes cidades industriais segmentaram os balneários da Inglaterra em duas classes: os balneários populares e os elitizados (URRY, 2001).

Os balneários situados mais próximos às cidades industriais, portanto, mais facilmente acessíveis, ganharam um certo tom popular (como *Brighton* e *Southend*), enquanto outros, localizados a mais de um dia de viagem receberam um ar mais aristocrático e reservado” (FRATUCCI, 2008, p. 37).

Além das melhorias de acesso aos balneários, a conquista dos direitos trabalhistas, no século XX, revelou ser um fator determinante no processo de popularização desses espaços. A partir de lutas de organizações sindicais na Inglaterra, que reivindicavam a redução da jornada de trabalho, bem como o direito a férias remuneradas, tornou-se possível que trabalhadores industriais visitassem os balneários da costa do país (URRY, 2001).

⁸ Localidades marítimas apropriadas em função dos banhos de mar e suas propriedades terapêuticas e medicinais (URRY, 2001).

Assim, por ocasião da Segunda Guerra Mundial, houve uma aceitação geral da visão de acordo com a qual sair de férias era bom e constituía a base da renovação pessoal. As férias quase haviam se tornado marca de cidadania, um direito ao prazer. Em torno desse direito, desenvolveu-se na Grã-Bretanha uma ampla infraestrutura que proporcionava serviços especializados, sobretudo nos balneários. Todo mundo se tornara autorizado a gozar dos prazeres do “olhar do turista” à beira mar (URRY, 2001, p.47).

Desde o século XX, a prática do turismo de sol e mar⁹ nos moldes modernos já havia se consolidado em diferentes lugares do mundo. Ao raiar do século XXI, as praias e a sua natureza, em maioria, encontram-se ‘humanizadas’ recobertas de imagens e prática vinculadas ao prazer e ao redescobrimento de certo modelo de bem viver (PEREIRA, 2014).

Pode-se destacar duas formas de apropriação turística da praia, por um lado o uso temporário da praia, ou seja, por turistas que usufruem por um período curto, e por outro lado o uso por turistas permanentes, ou seja, aqueles que possuem uma segunda residência turística¹⁰. As origens desta prática de possuir uma outra residência além da residência permanente, é tão antiga quanto o ato do deslocamento humano, remonta à antigas sociedades como a romana. Os romanos antigos mais abastados possuíam suas casas de campo, destinadas ao lazer, nas imediações da capital do império (MARJAVAARA, 2008).

A origem da segunda residência turística pode ser considerada como uma extensão da prática de vilegiatura¹¹. Prática esta retomada dos antigos romanos pelos italianos, a partir do século XVI, cuja centralidade está na relação entre viagem e estadia, passou a ser cada vez mais utilizada, sobretudo pela aristocracia europeia, como símbolo de ostentação. Nos

9 Tal prática engloba as atividades turísticas em ambientes naturais na presença conjunta de água, sol e mar (BRASIL, 2010, p. 14).

10 Existem diversos termos para descrever a prática de possuir ou utilizar uma residência para fins recreativos e de lazer. Independentemente de serem intituladas casa de campo, casa de veraneio, casa de férias, chalés, entre outros, o conceito de segunda residência turística pode ser definido como: “[...] uma habitação usada para visitas temporárias pelo proprietário ou outra pessoa, e não local de residência permanente do usuário” (MARJAVAARA, 2008, p.7, tradução nossa).

11 “Palavra, cujo radical remete a vila advém da prática romana de construção de vilas destinadas ao ócio para a camada superior da sociedade, um espaço destinado ao lazer revigorante” (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018, p.72).

séculos XVIII e XIX, a vilegiatura foi incorporada por nobres ingleses e passou a dispor de uma nova configuração (ABRAHÃO, 2018; PEREIRA, 2016).

Entre os séculos XVIII e XIX, a vilegiatura continuou sendo caracterizada pelo luxo e suntuosidade das construções. Nesse último século, no qual a Revolução Industrial inglesa assumiu sua maturidade e com ela a ascensão da burguesia, observou-se uma reinvenção da vilegiatura à moda burguesa. De um lado havia a prática de copiar gostos aristocráticos, de outro o planejamento e a promoção de espaços destinados ao lazer e denominados como estações (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018, p. 72).

A partir do século XIX, as casas ou estações de vilegiatura foram incorporadas ao espaço praiano, o que passou a ser denominado como vilegiatura marítima. Tal prática possui relação direta com a disseminação dos banhos de mar e, do mesmo modo, possui como “berço” a Inglaterra. Segundo Abrahão (2018, p. 62): “a existência de imóveis com essa característica, particularmente, voltados para o uso do lazer não é novidade na história, mas a sociedade burguesa certamente o redefiniu”. Isso se deu, em parte, pelo fato de que as construções dessas segundas residências se tornaram cada vez mais condição de distinção social (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018; ABRAHÃO, 2018).

Desde o século XX, houve transformações significativas em direção a uma popularização da prática da segunda residência. Dentre as principais mudanças vivenciadas pela sociedade ocidental neste período, esteve o surgimento de uma classe trabalhadora detentora de capacidade de consumo, que passou a demandar os espaços de vilegiatura marítima, ampliando as camadas médias da sociedade, para além da tradicional classe média composta por profissionais liberais e comerciantes (PEREIRA, 2014; 2015).

Do mesmo modo, o desenvolvimento da malha viária desempenhou papel fundamental no crescimento das segundas residências turísticas assim como as transformações tecnológicas, principalmente, nos meios de transportes. A proximidade com o local da residência permanente e a facilidade de acesso configuram aspectos importantes para aquisição de segundas residências. A principal motivação desde o século XX, que continuou relevante no século XXI, refere-se à expectativa de fuga da vida cotidiana das cidades (PEREIRA, 2014; 2016).

Entre o último quartel do século XX e início do século XXI observou-se

um processo de aprofundamento da internacionalização da segunda residência turística. Do mesmo modo que o fenômeno turístico sofreu transformações em decorrência da nova fase do capitalismo, contemporaneamente, as segundas residências turísticas também foram incorporadas à “lógica financeirizada do capitalismo”¹². A segunda residência turística, na sua forma contemporânea, tornou-se diretamente associada ao mercado financeiro e à especulação imobiliária, sem que isso indicasse a supressão das suas formas mais tradicionais (FRATUCCI, 2008; ABRAHÃO E TOMAZZONI, 2018, p. 90).

Ademais, a lógica capitalista vigente modificou as expectativas da demanda turística. O turista contemporâneo busca o contato com o meio natural de forma controlada, procuram espaços, sobretudo, os espaços litorâneos, cujo sistema técnico se assemelha aos dos grandes centros urbanos. Outra característica fundamental do fenômeno turístico atual é o alargamento da mancha urbana em espaços praianos fomentados por ações do poder público, resultando na construção de complexos empreendimentos turísticos-imobiliários (PEREIRA, 2014).

As formas de uso dos espaços praianos apresentados nesta seção passam, contemporaneamente, por um processo de reconfiguração. Isto posto, o turismo de massa no século XXI é caracterizado por um novo modo de consumo dos espaços litorâneos. Isso se dá em função da transformação dos espaços turísticos em mercadoria, a partir da sua turistificação como parte do processo de reprodução do capital. Da mesma forma, o processo de urbanização e industrialização vivenciados por países ocidentais ao longo do século XX, transformaram também o olhar do turista contemporâneo, que: “[...] percebem o natural com olhar urbano” (FRATUCCI, 2008; PEREIRA, 2014, p. 64).

A partir do exposto nesta seção, e tendo em vista o recorte espacial da presente pesquisa, faz-se necessária a compreensão dos processos associados ao desenvolvimento do turismo de massa em espaços praianos no contexto brasileiro. Na seção seguinte, serão evidenciados os principais

12 Segundo Abrahão (2016, p. 71) tal característica: “[...] se traduz na relevância dos fundos financeiros como motores das decisões de empreendimentos imobiliários turísticos. ”

aspectos da apropriação da praia sob a perspectiva do turismo de massa no Brasil.

1.1.2.1 TURISMO DE MASSA EM ESPAÇOS PRAIANOS NO BRASIL

No decorrer dos séculos XIX e XX, o turismo de massa se expandiu para outras localidades do globo. Contudo, no Brasil o processo de desenvolvimento do turismo, sobretudo do turismo de sol e praia, se desenvolveu de forma diferente do que ocorreu no continente europeu (SANTOS FILHO, 2004).

A prática dos banhos de mar foi incorporada pela sociedade brasileira através dos hábitos da Coroa portuguesa, que chegou às praias do Rio de Janeiro no ano de 1808. Os valores e comportamentos dos componentes da Corte difundiram novos padrões comportamentais para a sociedade carioca à época (ABRAHÃO e CHEMIN, 2009; PEREIRA, 2014).

Neste período, outro fato relevante para o despertar do fenômeno turístico no Brasil foi a abertura dos portos às “nações amigas”, estimulando atividades do comércio de exportação e importação. O processo de abertura dos portos assinalou “o início de uma internacionalização que, juntamente com a posterior expansão da cultura cafeeira, influenciaram o desenvolvimento urbano (PIRES, 2001, p. 31).

As praias do litoral do sul do país, por sua vez, passaram a ser ocupadas por banhistas no final do século XIX. A prática do banho de mar foi incorporada principalmente por imigrantes alemães e seus descendentes, inicialmente motivados por indicações médicas. Cabe ressaltar que a proximidade com a praia e o estar à beira-mar neste período ainda se constituía em prerrogativa das elites e das classes mais abastadas. Apenas em meados do século XX que os espaços praianos foram democratizados (PEREIRA, 2014; BIGARELLA, 2009).

Em decorrência de sua vasta costa marítima, o desenvolvimento do uso balneário no Brasil se deu de forma promissora. Durante o século XX houve significativos investimentos em planejamento e urbanismo, bem como de infraestrutura sanitária nas localidades litorâneas. Melhorias nos transportes e os expressivos investimentos em infraestrutura rodoviária no Brasil facilitaram o

acesso às praias permitindo que maiores números de indivíduos desfrutem destes espaços (PEREIRA, 2014; ENKE, 2013).

Articulado profundamente a esse contexto, “o processo de substituição de importações modificou substancialmente as características da economia brasileira, industrializando-a e urbanizando-a”. O que foi fundamental para a transição da sociedade rural, ou seja, uma população que trabalhava no campo e produzia para seu próprio provento, para uma população predominantemente urbana (SOUZA e KACHUBA, 2015, p. 330).

Os espaços litorâneos foram ocupados e organizados a partir da lógica do capital imobiliário, mais especificamente, a partir da década de 1950, período em que o Brasil vivenciou a intensificação do processo de urbanização iniciado na década de 1930. Nas praias do Rio de Janeiro, em meados do século XX, houve transformações significativas em relação ao espaço praiano. Além da construção de infraestrutura de acesso, surgiram neste período, empreendimentos alimentícios, como restaurantes destinados aos banhistas e hoteleiros como o icônico Copacabana *Palace*, que até os dias atuais é frequentado pela elite carioca (RAMOS, 2009; PEREIRA, 2014).

Ao tempo em que o turismo balneário se desenvolvia no Brasil, manifestaram-se a necessidade de intervenção do poder público na viabilização de infraestrutura e dos serviços básicos para o avanço da atividade¹³. Associado a isto, observa-se que no litoral da região nordeste do país, políticas públicas fomentaram o turismo praiano, sobretudo nos estados do Maranhão e Ceará, caracterizando-os como principais destinos turísticos do país no final do século XX (SOUZA, 2010; COSTA, 2012). A região nordeste foi a que recebeu maior aporte de políticas públicas entre a segunda metade do século XX e início do século XXI. As ações do poder público em relação ao turismo fomentaram a intensificação do fenômeno a partir de investimentos em infraestrutura turística (SANTOS FILHO, 2008; VASCONCELOS, 2017).

Neste período, mais especificamente entre as décadas de 1960 e 1970, houve um aumento significativo de empregos no setor de serviços, o que

13A partir da década de 1960, com a criação da Companhia Nacional de Turismo (COMBRATUR) e, em 1966, com a fundação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), a lógica turística se instalou no país.

expressa a expansão da população com renda média, seja pela ampliação da classe média tradicional, como pelo surgimento de uma classe trabalhadora industrial com ganhos melhores e demandas de serviços urbanos. “Essa transferência permitiu incorporar ao consumo, uma massa da população urbana, cuja demanda alimentava a expansão dos setores tradicionais, tais como indústria, comércio e serviços” (SOUZA e KACHUBA, 2015, p. 336). Deve-se notar, no entanto, que tanto a industrialização foi muito concentrada espacialmente na região Sudeste, como esta nova classe trabalhadora com maior poder de consumo.

No final do século XX, a turistificação dos espaços litorâneos no Brasil já havia se expandido por toda a costa do país. Ações do poder público nacional, estadual e municipal foram direcionadas, em larga escala, para o desenvolvimento do turismo de sol e praia, consolidando a prática do turismo marítimo aos moldes que se observam contemporaneamente. Uma das características do turismo em espaços praianos, que se manifesta de forma significativa por toda extensão do litoral brasileiro, são as segundas residências turísticas, tal aspecto será apresentado na subseção posterior. (VASCONCELOS, 2017).

A INCIDÊNCIA DAS SEGUNDAS RESIDÊNCIAS TURÍSTICAS NO BRASIL

A partir de meados do século XIX, a chegada de imigrantes europeus ao Brasil influenciou o processo de expansão das segundas residências. No litoral sul do país, e mais especificamente no estado do Rio Grande do Sul, os imigrantes alemães foram os pioneiros na apropriação dos espaços praianos a partir da construção das segundas residências. Os primeiros destinos do que mais tarde viria a se chamar turismo de segunda residência foram as localidades de Cidreira, Tramandaí e Torres, no Rio Grande do Sul (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018).

Ao longo do século XX, as segundas residências turísticas expandiram-se pelo litoral brasileiro. Expressivos volumes destas unidades se concentraram no litoral do estado de São Paulo. Do mesmo modo, a intensificação do fenômeno das segundas residências turísticas no litoral da região nordeste, sobretudo no início do século XXI, desempenhou papel

importante no processo de urbanização da região (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018; PEREIRA, 2014).

Desde então, mais especificamente a partir do Censo Demográfico do IBGE realizado na década de 1980, os indicadores das segundas residências turísticas são expressos por meio dos quantitativos de domicílios de uso ocasional (DUO). No litoral sul do país, os dados do Censo 2010 (IBGE, 2010) mostram que 7% do total das residências são residências secundárias. Contemporaneamente, ainda que esses indicadores apresentem a relevância da segunda residência turística no litoral brasileiro, tal fenômeno não está compreendido na agenda das políticas públicas de turismo no país (ABRAHÃO e TOMAZZONI, 2018).

1.1.3 A RECENTE EXPANSÃO DA CLASSE TRABALHADORA E SEUS IMPACTOS NO CONSUMO DE MASSA

Atualmente, a relevância da atividade turística para a economia do país pode ser representada pela geração de cerca de 6% de todo o emprego ofertado. Ainda que o turismo se apresente de forma significativa econômica e socialmente, a base da atividade, até então, está no mercado interno. Nesse sentido, a principal característica do turismo no Brasil é o expressivo mercado de viagens domésticas em relação ao fluxo internacional (RABAHY, 2020).

Adicionalmente, é importante evidenciar que o início do século XXI foi marcado no Brasil pela ascensão social de uma parcela significativa da sociedade. Segundo Chauí (2014), tratou-se de um processo de expansão da classe trabalhadora, após um longo período de lutas sindicais, que passou a ser inserida no consumo em massa. Foi na área de serviços que o crescimento exponencial no contingente de assalariados originou esse alargamento da classe trabalhadora no Brasil, sobretudo entre os anos de 2003 e 2013 (CHAUÍ, 2014).

Neste período, o país vivenciou um crescimento considerável no contingente populacional inserido na denominada classe C¹⁴. Essa parcela da sociedade brasileira teve seu poder de consumo ampliado. Ademais, “a expansão do consumo no Brasil, desde meados dos anos 2000, é motivada pela recuperação do crescimento, por melhorias distributivas na renda, por ampliação do crédito e pela retomada dos investimentos públicos (CHAUÍ, 2014; SOUZA e KACHUBA, 2015, p.344).

Considerando que a ascensão da classe trabalhadora, oriunda do fordismo foi bastante restritiva, este movimento de incorporação de novas parcelas de consumidores brasileiros, gerou impactos importantes sobre todas as atividades econômicas, incluindo o turismo. Ressalta-se, então, a relevância deste “novo” segmento populacional, que passou a deter poder de consumo e transformou-se assim, em potenciais consumidores do turismo de massa brasileiro.

Esse aumento no contingente populacional que ascendeu à classe média, sobretudo entre o período de 2003 e 2012, fomentou o crescimento do número de turistas brasileiros nos âmbitos do turismo doméstico e internacional. “O poder aquisitivo da população aumentou 47% somente entre 2005 e 2011 e a participação do turismo na economia brasileira apresentou expansão de 24,6%” (FALCÃO, 2014).

O cenário economicamente favorável vivenciado pelo país neste período estabeleceu um ambiente também positivo para o turismo. No setor da aviação, por exemplo, houve aumento significativo no número de passageiros, sobretudo na década de 2010. Além disso, o transporte rodoviário também apresentou crescimento no número de usuários no mesmo período. O aumento do poder de consumo da população brasileira a partir dos anos 2000 influenciou estratégias empresariais, como a ampliação do crédito e o parcelamento de pacotes de viagens (FALCÃO, 2014).

A partir do exposto nesta seção, faz-se necessário a compreensão conceitual do turismo de massa e sua relação com o cotidiano na sociedade capitalista ocidental. Neste sentido, na próxima seção deste capítulo serão

14 “Utilizando a classificação dos institutos de pesquisa de mercado e da sociologia, costuma-se organizar a sociedade em uma pirâmide seccionada em classes designadas como A, B, C, D e E” (CHAUÍ, 2014).

apresentados esses conceitos considerando dois aspectos fundamentais: a comercialização das viagens e a transformação dos destinos turísticos em bens de consumo em massa.

1.2 TURISMO DE MASSA E COTIDIANO TURÍSTICO

O fenômeno do turismo de massa possui como principal característica a transformação dos espaços em mercadoria. Uma necessidade criada e imposta pela sociedade capitalista e comercializada, a partir dos métodos da indústria cultural. O turismo se apresenta, dentro desse contexto, como uma fuga em massa das carências impostas pela vida cotidiana (KRIPPENDORF, 2003). Nesta perspectiva, serão apresentados nessa seção os conceitos de turismo de massa e cotidiano turístico.

1.2.1 O USO DO TERRITÓRIO COMO MERCADORIA

Todas as atividades estão literalmente arriscadas a serem comercializadas (KRIPPENDORF, 2003, p. 28).

Entende-se que, à medida que o fenômeno turístico assume a condição de bem de consumo de massa, objetifica os lugares destinos do turismo. Segundo Souza (2013, p. 48): “o turismo de massa se corporifica, como resultado da articulação entre o consumo de massa, a indústria cultural e os meios de comunicação de massa”. A partir da lógica do consumo como orientador de valores e comportamentos sociais, toma forma a sociedade de consumo, representada por Taschner (2000, p. 39) como:

A cultura do consumo abrange todo um conjunto de imagens, símbolos, valores e atitudes que se desenvolveram com a Modernidade, que se tornaram positivamente associados ao consumo (real ou imaginário) de mercadorias e que passaram a orientar pensamentos, sentimentos e comportamentos de segmentos crescentes da população do chamado Mundo Ocidental.

A partir do século XIX, este novo padrão de consumo difundiu-se, influenciado pelo desenvolvimento científico e tecnológico que desempenhou

papel fundamental na intensificação do turismo de massa. Além dos avanços nos meios de transporte, o desenvolvimento de tecnologias de comunicação contribuiu de forma ainda mais essencial ao longo do século XX para a intensificação de tal processo. As imagens veiculadas pelos aparelhos televisivos passaram a compor o imaginário das sociedades, projetando uma nova “visão de mundo” (KRIPPENDORF, 2003; AMARAL JUNIOR, 2008).

As imagens digitalizadas via satélite e transmitidas para as televisões penetram nas casas de milhões de pessoas pelo mundo afora, praticamente no mesmo instante da ocorrência real de um determinado fato (AMARAL JUNIOR, 2008, p. 114).

As transformações ocorridas durante o século XX influenciaram também as mudanças de valores da sociedade capitalista. Neste sentido, as relações sociais, nos mais diferentes âmbitos, se constroem em conformidade com a economia de mercado capitalista, cujos valores de consumo são priorizados. “Houve uma ‘economização’ de todas as esferas da existência” (KRIPPENDORF, 2003, p. 28).

A economia reina, soberana, em nossa civilização. Ela é, ao mesmo tempo, a força motora, o fim e o meio. Ela dita a conduta a adotar. A exploração dos recursos naturais, a escala de valores do homem e a política do Estado caíram sob seu domínio e a ela estão subordinados (KRIPPENDORF, 2003, p. 28).

Logo, o tempo livre também passou a ser comercializado, assim como outros produtos e serviços. De modo que as estratégias utilizadas para comercialização das viagens tornam-se semelhantes àquelas utilizadas para outros bens de consumo. O turismo como produto de mercado não deixa, todavia, de apresentar singularidades, particularmente o que o diferencia é que parte do que é consumido se refere ao lugar, destino do turismo. O fenômeno turístico tornou-se, então, uma espécie de indústria do prazer e da diversão (KRIPPENDORF, 2013).

É a indústria das agências de viagens, das empresas aéreas, ferroviárias, rodoviárias e marítimas; dos hotéis e alojamentos; dos restaurantes e dos estabelecimentos de diversão; das empresas de construção; dos construtores de casa de campo e de *trailers*; dos fabricantes de equipamentos para acampamentos; dos escritórios de planejamento e consultoria; dos conselheiros econômicos e

publicitários; dos arquitetos; dos construtores de teleféricos e dos fabricantes de esqui e roupas; dos vendedores de *souvenirs*; dos cassinos e parques de diversão; do setor automobilístico; dos bancos; dos seguros [...] (KRIPPENDORF, 2003, p. 40).

Para além da perspectiva econômica, é importante que se destaque a relevância da abordagem cultural e do processo de comercialização das viagens. Urry (2001) e Souza (2013) categorizam o turismo de massa como produto da chamada “indústria cultural”, que tem nos meios de comunicação de massa o seu principal propagador. Estes se tornam responsáveis por veicular, para grande parte da população mundial, imagens e simbologias que influenciam na construção do sentimento de desejo em viajar para determinada localidade (URRY, 2001; SOUZA, 2013).

O cinema, a televisão, a propaganda, a fotografia, apresentam às massas os mais diferentes lugares a serem visitados. Dessa forma, criam e fortalecem os anseios de uma sociedade sedenta por novas experiências de lazer (URRY, 2001).

[...] graças à televisão e ao vídeo, todo tipo de lugar pode ser contemplado, comparado, contextualizado e novamente contemplado. É possível a alguém imaginar-se realmente “lá”, ver de fato o pôr-do-sol, a cadeia de montanhas ou o mar cor de turquesa. A experiência típica do turismo consiste de todo modo, em ver determinadas cenas através de uma moldura, tal como a janela de um hotel, os vidros de um carro ou a janela de um ônibus. Agora, porém, isso pode ser vivenciado em nossa própria sala de estar, bastando apertar um botão, e essa operação pode ser repetidas, muitas vezes (URRY, 2001, p. 139).

O processo massivo de divulgação de imagens de lugares e atrativos produz a necessidade de viajar para ambientes com características semelhantes àsquelas veiculadas. Os “clichês” da indústria do lazer são os mesmos há decênios, nos espaços praianos o apelo é em relação à cor do mar, às condições da areia, à disposição do sol: “um universo perfeito demais, artificial, apenas um fragmento, uma montagem que quase sempre está muito distante da realidade” (KRIPPENDORF, 2003, p. 43).

O consumo da praia se dá a partir de diferentes práticas e estratégias. Uma das características principais da “comercialização” das praias está relacionada à especulação imobiliária. A dinâmica urbana incorporada aos espaços praianos após a Segunda Guerra Mundial influenciou o processo de

verticalização. No continente europeu, o litoral espanhol vivenciou um significativo processo de expansão do quadro urbano (PEREIRA, 2014).

A cidade litorânea como mercadoria a ser consumida, bem como suas praias como a parte mais cobiçada desta mercadoria, sinônimo do morar bem, é operada por agentes do capital imobiliário. A praia é então comercializada para dois tipos de populações consumidoras: uma fixa e uma flutuante. A população fixa, ou seja, os residentes destas localidades consomem os espaços praianos sob o apelo do bem viver, da qualidade de vida e do *status* social. Imagens veiculadas a partir de estratégias de *marketing* sustentadas pelos empreendimentos imobiliários. Em contrapartida, a população flutuante consome o espaço por um curto período de tempo (RAMOS, 2009).

Em conformidade com o que apontam os autores sobre o papel dos meios de comunicação de massa, o que se viu nesse contexto foi a promoção e, conseqüentemente, a comercialização desses espaços. Fortes campanhas publicitárias são criadas e divulgadas a fim de promover a valorização dos empreendimentos turísticos em balneários marítimos (KRIPPENDORF, 2013).

Na sociedade contemporânea, articulado aos avanços relativos nesse processo de construção imagética dos espaços praianos, o ato de viajar é reforçado como algo simbólico. O turista contemporâneo tende a procurar como destino, localidades cujas características se diferem do lugar de residência e de trabalho¹⁵. Características que possibilitem experiências distintas daquelas da vida cotidiana (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2013).

1.2.2 COTIDIANO E COTIDIANIDADE

Nesta subseção, serão apresentados os principais conceitos dentro da perspectiva microssociológica, fundamentados, principalmente, na obra do sociólogo e escritor canadense Erving Goffman (2007). Pode-se entender como cotidiano todas as práticas e atividades socialmente desempenhadas pelo ser humano repetidamente no dia a dia. Esta cotidianidade está diretamente

15 Contemporaneamente, pode se observar um movimento crescente na gestão das cidades para o lazer, espaços são revitalizados e transformados em locais públicos de lazer, sob o “discurso de recuperar certa vida cotidiana pública” (LEITE, 2010, p.752).

relacionada ao modo de produção vigente em cada período da história. Neste sentido, o ser humano já nasce inserido em um cotidiano (HELLER, 2016).

Segundo Heller (2016, p. 30): “são partes orgânicas da vida cotidiana: a organização do trabalho e da vida privada, os lazeres e o descanso, a atividade social sistematizada, o intercâmbio e a purificação”. A vida cotidiana é heterogênea e hierárquica, cuja hierarquia refere-se à significação e importância com que cada sociedade trata suas atividades cotidianas (HELLER, 2016).

O cotidiano se apresenta naquilo que se repete no dia a dia, na rotina de todos os dias e de todos os homens em qualquer período histórico. Martins (2014), considera a importância da historicidade no cotidiano, ou seja, a história é vivenciada e traduzida no cotidiano. Não obstante, ainda que a vida cotidiana se dê a partir de uma dinâmica de imobilidade e de repetição, nela sucedem-se rupturas que promovem novas formas de viver o dia a dia. O cotidiano é preenchido por aspectos supostamente irrelevantes, mas que apresentam especificidades indispensáveis à vida social (HELLER, 2016; MARTINS, 2014).

Segundo Martins (1998), as relações sociais são atravessadas de detalhes e miudezas, simbologias construídas a partir de um senso comum. Em oposição a uma perspectiva acadêmica que não reconhece a vida cotidiana assim como o senso comum, como forma de conhecimento “qualificado”, as interações entre indivíduos cotidianamente se fazem possíveis a partir da construção e compartilhamento de tais significados. “Mais do que uma coleção de significados compartilhados, o senso comum decorre da partilha, entre atores, de um mesmo método de produção de significados” (MARTINS, 1998, p. 4).

Tais significados não são meramente compartilhados, mas sim reinventados ininterruptamente. Da mesma forma, são fundamentais para o desenrolar do cotidiano pois, nas interações do dia a dia, “o senso comum viabiliza a vida cotidiana” (MARTINS, 1998, p. 5). Neste sentido, há uma historicidade¹⁶ no cotidiano e essa constitui as grandes construções sociais históricas. As atividades desempenhadas pela humanidade no dia a dia

16 Compreende-se a historicidade “nas diferentes manifestações da vida social, isto é, a identificação das condições e fatores da mudança social nos diferentes âmbitos da realidade, mesmo na realidade mínima e cotidiana” (MARTINS, 2012, p. 40).

viabilizam a reprodução do indivíduo e, portanto, a reprodução da sociedade (HELLER, 2000).

Para Goffman (2007), o indivíduo na presença física de outro indivíduo se transforma em um ator desempenhando um determinado papel social. O indivíduo, quando está face a face com outro indivíduo, busca o maior número de informações sobre esse desconhecido, e, tais informações auxiliarão na compreensão do que esperar desse ator e como reagir ou se apresentar na frente do outro. Nesta perspectiva, as relações sociais são construídas a partir de ações de simulação e representação que constituem significados dentro da interação (GOFFMAN, 2007; MARTINS, 1998).

A sociologia de Erving Goffman justamente demonstra que as relações sociais estão permeadas por uma dramática atividade de simulação e teatralização para que, afinal, o significado produzido e reconhecido na interação não acarrete o descrédito para o sujeito (MARTINS, 1998, p.4).

Na interação entre os indivíduos existem dois tipos de comunicação, uma verbal - tradicional e outra não verbal, constituída por expressões emitidas pelo indivíduo. Esse tipo de comunicação é: “[...] de tipo mais teatral e contextual, de natureza não-verbal e presumivelmente não intencional”. O indivíduo, supostamente, possui consciência apenas de um tipo de comunicação, enquanto os espectadores têm consciência deste e de um outro, esse fato constitui uma certa vantagem para o observador (GOFFMAN, 2007, p. 14).

A representação de um indivíduo em presença física imediata refere-se, sobretudo, ao papel que este indivíduo está desempenhando no instante em que sua presença, de certa forma, influencia algum grupo em particular. Quando o indivíduo possui convicção da sua própria atuação, Goffman (2007) o conceitua como “sincero”. Em contrapartida, quando o indivíduo não acredita na sua própria atuação, o autor a denomina como “cínica” (GOFFMAN, 2007).

Estes extremos são algo mais do que simplesmente as extremidades de um contínuo. Cada um dá ao indivíduo uma posição que tem suas próprias garantias e defesas, e por isso haverá a tendência, para quem viajou próximo a um desses polos, de completar a viagem (GOFFMAN, 2007, p. 27).

Mais do que conceitos que se excluem ou se anulam, o indivíduo em sua representação pode alternar entre a sinceridade e o cinismo. O ator pode tentar induzir seu público a crer em sua representação e a julgá-la de forma específica. Há uma parte da performance do indivíduo que é exercida de forma regular e fixa, cujo objetivo é delinear a situação para os observadores da representação, denominada “fachada”, entendida como: “[...] equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2007, p. 29).

Dentro deste equipamento expressivo da representação do indivíduo há a fachada social, que é composta pelo cenário e pela fachada pessoal. O cenário, por sua vez, é composto por dispositivos de pano de fundo, que normalmente são fixos, ou seja, na maioria das vezes não acompanha o ator, refere-se à mobília, decoração, elementos que servem como suporte do palco para a representação. A fachada pessoal são outros elementos que identificam o ator, como a vestimenta, a idade, o gênero, características físicas, raciais e de aparência, expressões, gestos faciais e corporais, que, naturalmente, o acompanham onde for. Desta forma, “todos os indivíduos situados em um determinado grupo têm permissão para, ou são obrigados a manter a mesma fachada social em certas situações” (GOFFMAN, 2007, p.34).

Outro conceito apresentado por Goffman (2007), pertinente a esta pesquisa, é o da “idealização”. Segundo o autor, o indivíduo possui uma tendência em apresentar à sua plateia uma impressão de valores sociais, isto significa que “[...] uma representação é ‘socializada’, moldada e modificada para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade em que é apresentada” (GOFFMAN, 2007, p. 40).

Um dos aspectos da idealização é a necessidade que o ator tem de ocultar ou dissimular condutas e ações que não correspondam à sua versão idealizada. Nesta busca por valores aceitos pela sociedade o ator encobre anseios, expectativas individuais, bem como falhas e deslizes com o intuito desempenhar seu papel (GOFFMAN, 2007).

Para que a representação seja satisfatória, é necessário que o ator também tenha domínio sobre suas expressões corporais e gestos involuntários ou imprevistos durante, a representação. Tais imprevistos podem influenciar de forma negativa na representação, oferecendo à sua plateia impressões que

não correspondem àquela que deseja transmitir. A manutenção e o controle desses equipamentos expressivos são fundamentais para uma efetiva interação (GOFFMAN, 2007).

As interações, fruto da representação do indivíduo em presença física imediata, são responsáveis por oportunizar a vida cotidiana. E essa ampla gama de significações compartilhadas entre os atores cotidianamente, também são produzidas a partir do mesmo método. A complexidade da vida social, apresentada em suas minúcias, ou seja, os aspectos presumivelmente irrelevantes da vida social são indispensáveis para a compreensão de determinada sociedade (MARTINS, 1998; 2013).

1.2.3 O COTIDIANO TURÍSTICO

No contexto da vida cotidiana, o trabalho ocupa um lugar dominante e tal fato se transmutou desde o advento da industrialização, isto é, a relação do ser humano com o trabalho se modificou. Os processos cada vez mais modernos e acelerados de produção em massa e o uso de novas técnicas “[...] esvaziam o trabalho de sua substância, reduzindo-o, cada vez mais, a tarefas muito especializadas” (KRIPPENDORF, 2003, p. 105).

A partir do processo de urbanização, vivenciado pelo continente europeu desde o período pós-revolução industrial, os empregos passaram a ser concentrados no centro da cidade e os habitantes e trabalhadores passaram a ter como local de moradia o subúrbio. A partir da década de 1930, as cidades passaram a ser planejadas para desempenhar quatro funções: trabalhar nas cidades, morar no subúrbio, descontraírem-se nos locais de veraneio e deslocar-se a partir de infraestrutura rodoviária (KRIPPENDORF, 2003).

Este modelo moderno de cidade presumivelmente modificou aspectos da vida cotidiana, tornando-a cada vez mais monótona e entediante. Segundo Krippendorf (2003, p. 36), “o cotidiano, de certa forma, passou a expressar a soma de todos os lados negativos da existência: imundice, tumulto, trabalho, corrida contra o relógio, escola, cansaço, poluição”.

O lazer diário é também compreendido como monótono, posto que está inserido na vida cotidiana, ir ao cinema, ao *shopping*, assistir televisão, entre outros, são elementos componentes do dia a dia do indivíduo. Neste cenário, o

lazer, e, mais precisamente as viagens, se apresentam como uma forma de contrapeso à vida cotidiana. A viagem age como reconstituente do ser humano, cura para o corpo e para a alma, contra os males gerados pelo cotidiano na sociedade capitalista¹⁷ (KRIPPENDORF, 2003).

As viagens manifestam-se como uma possibilidade de fuga da rotina, do controle excessivo do tempo, das obrigações diárias, do *stress*, da vida cotidiana”. O ser turista busca, nos lugares destinos de suas viagens, características que o diferenciam do habitual, do seu lugar de trabalho e do lugar de moradia, ou seja, fora daquilo que é ordinário e convencional (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2003; HELLER, 2016).

[...] a viagem é motivada muito mais pelo desejo de deixar alguma coisa do que pelo de ir para alguma coisa; o fato de escapar da vida cotidiana desempenha um papel muito mais importante do que o interesse pelas regiões e populações visitadas (KRIPPENDORF, 2003, p. 50).

A “higiene psíquica” aparece como uma das principais motivações de viagem em pesquisas realizadas no continente europeu durante as décadas de 1960 e 1970. Viajar é recarregar as baterias do indivíduo, “lubrificar os motores” para que funcionem plenamente ao retorno à vida cotidiana. No entanto, há uma falsa noção de compensação, pois, o turista tende a reproduzir práticas cotidianas durante o período destinado às viagens (KRIPPENDORF, 2003).

Mesmo quando se faz outra coisa, conserva-se o ritmo cotidiano habitual: acordar, levantar, ir à praia, comer, deitar, tudo isso de acordo com um horário muito bem determinado e rigorosamente respeitado. [...]. Para se sentir em férias, basta, à maioria das pessoas, não precisar trabalhar nem estar em casa. Todo o restante pode muito bem desenrolar-se como na vida cotidiana, aliás, é preciso que assim seja (KRIPPENDORF, 2003, p. 54).

Na interpretação de Krippendorf (2003), as férias não trazem o repouso necessário, pelo contrário geram mais estresse e insatisfações. Os turistas

17 Há um certo contraponto em relação à monotonia das cidades contemporâneas em razão de um processo de ressignificação de espaços públicos, transformando-os em espaços de lazer e de consumo diferenciados (LEITE, 2010).

programam suas férias em consonância com o lugar que escolhem como destino de suas viagens. Contudo, segundo Urry (2001), a decisão não é individual do turista, mas sim, instruída pela sociedade e tal necessidade é convertida para a forma de viagem. Tal característica se mantém evidente para o turista de massa, ainda que haja outras expressões de turismo, mais acessíveis a públicos elitizados (URRY, 2001; KRIPPENDORF, 2003).

Os valores da sociedade capitalista estão baseados no “ter”, sobrepondo o “ser”, ou seja, este aspecto é estruturante para o desenvolvimento do turismo de massa. Consequência disso, o anticotidiano é tão alienante quanto a própria vida cotidiana, pois, a experiência turística neste sentido está condicionada ao consumo. Nesta lógica, é possível considerar que há um cotidiano nas práticas turísticas visto que “[...] o cotidiano e a viagem são tão inseparáveis como irmãos siameses” (KRIPPENDORF, 2013, p. 103).

Nesta perspectiva, a representação do ser turista no cotidiano turístico só é possível através de uma “fachada social”. O ator só se transforma em turista quando está no destino turístico, pois este possui todos os elementos necessários para a efetiva representação do turista. Nesse espaço, o ator reproduz hábitos da vida cotidiana, ou seja, da vida do trabalho, da moradia, do dia a dia. Afinal, a condição de ser turista não é inata, posto que os indivíduos se transformaram em turistas, ao passo que a sociedade se transformou. O cotidiano e toda sua complexidade se incorpora no turismo, que é justamente criado para a reprodução da sociedade capitalista (GOFFMAN, 2007; KRIPPENDORF, 2003).

A vida cotidiana induz o modo como o turista vivencia suas viagens. O mesmo cotidiano de trabalho, de residência, de lazer, gerador de estresses interfere nos hábitos comportamentais dos turistas durante as viagens. O fenômeno do turismo se transforma à medida que novas dinâmicas sociais são incorporadas. O turismo de massa na contemporaneidade possui características distintas das observadas na sua concepção: os espaços são apropriados como mercadoria negociada sob a lógica do consumo em massa; as imagens e símbolos correlatos aos espaços do turismo de massa persistem pouco alterados. Ainda se observa a imagem do paraíso, do lugar de relaxamento, de descanso, de recarregar as baterias, de conforto e de liberdade.

Capítulo II - Caminhos metodológicos

Neste capítulo serão apresentados os caminhos metodológicos adotados pela presente investigação. A primeira seção apresenta o recorte espacial, a Praia Brava de Caiobá (PBC), em sua historicidade. Na sequência, será apresentada a metodologia da pesquisa, bem como, as técnicas de coleta de dados e os métodos de análise dos resultados.

2.1 CARACTERIZAÇÃO DO RECORTE ESPACIAL: “CONSTRUÇÃO” DO BALNEÁRIO TURÍSTICO DE CAIOBÁ

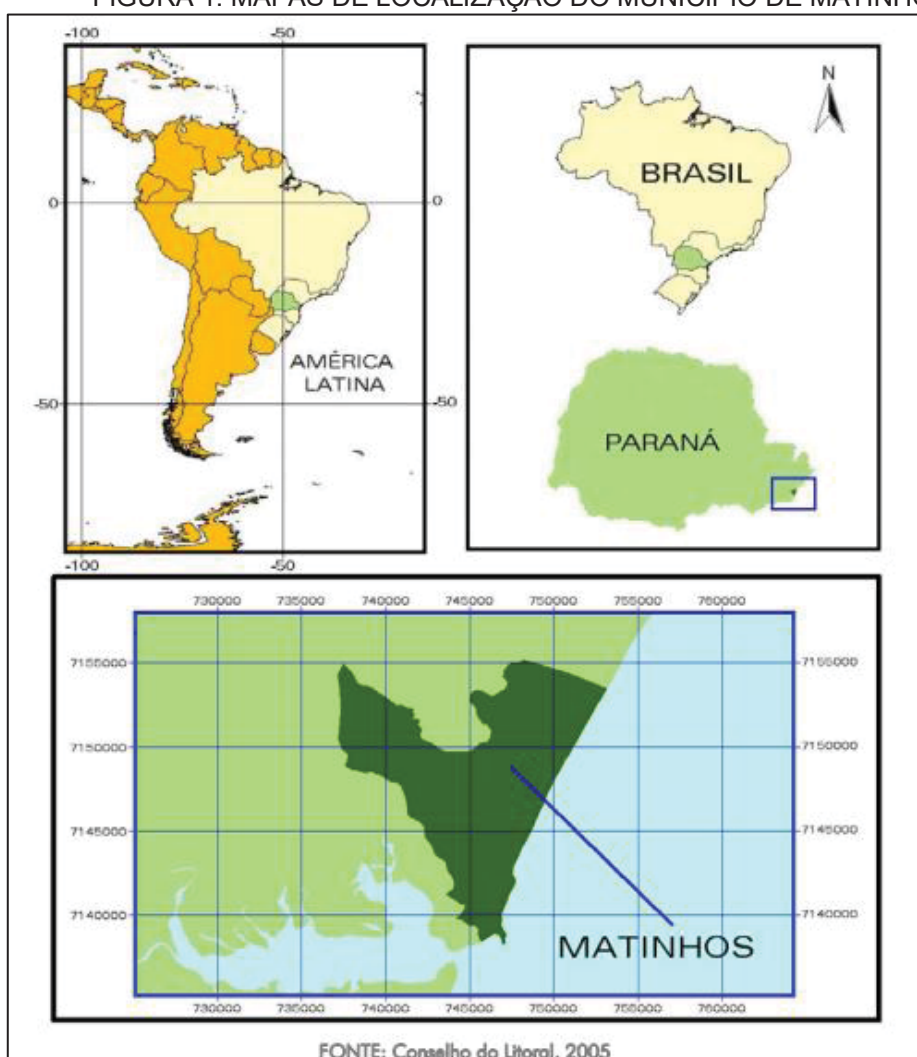
A região do litoral do estado do Paraná é composta por sete municípios: Antonina, Morretes, Guaraqueçaba, Guaratuba, Pontal do Paraná e Matinhos, sendo os três últimos considerados destinos do turismo de sol e praia. O município de Matinhos, onde está localizada a Praia Brava de Caiobá, situa-se a aproximadamente 110 km de distância da capital Curitiba, cujo acesso principal se dá pela rodovia BR 277 (FIGURA, 1). Sua evolução populacional está diretamente relacionada ao uso balneário, atualmente, a população permanente é estimada em 35.219 habitantes (IBGE, 2021; FILIPPIM, 2015).

Originalmente, a região era ocupada por indígenas da etnia Tupi-Guarani e a partir do século XVI passou a ser colonizada por europeus. Até meados do século XVII, a localidade que compõem o litoral paranaense pertencia ao estado de São Paulo. No ano de 1648, houve o desmembramento político da região que passou a ser denominada Paranaguá, o que, posteriormente, originaria os demais municípios (FILIPPIM, 2015).

Segundo o geólogo Bigarella (2009), o primeiro vestígio da presença humana na região que atualmente compreende o litoral paranaense, remonta há aproximadamente 5.000. O homem do sambaqui, como foi denominado, habitou a região antes mesmo da presença dos povos indígenas na região. Na ocasião da chegada do colonizador europeu na região do litoral do Paraná, os habitantes eram indígenas da etnia Tupi-Guarani (BIGARELLA, 2009; ESTEVES, 2011).

No século XVI, o colonizador europeu chegou à Paranaguá motivado pela busca de ouro nos rios da região. O primeiro capitão-mor da vila de Paranaguá, fundada em 1648, foi responsável pela mineração e pela defesa do território contra possíveis invasões, sobretudo espanholas. Inicialmente, por receio de ataques indígenas, os europeus se instalavam na Ilha da Cotinga e, posteriormente, adentravam ao continente. O fim do ciclo do ouro na região ocorreu no ano de 1734 com o fechamento da casa de fundição (ESTEVES, 2011).

FIGURA 1: MAPAS DE LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MATINHOS.



Fonte: Plano Diretor do município de Matinhos, 2006.

A partir do declínio da busca por ouro na região do litoral paranaense, foram adotadas outras atividades econômicas, com destaque para as

atividades agrícolas, extrativistas e de pesca, bem como, atividades portuárias. A miscigenação dos povos indígenas com o colonizador europeu deu origem ao caboclo, ou caiçara, cuja principal atividade econômica era a agricultura de subsistência, complementada pela pesca (ESTEVES, 2011; BIGARELLA, 2009).

Na região onde situa-se atualmente o município de Matinhos, o início do povoamento se deu no último quartel do século XVII. Os habitantes da região permaneciam isolados do restante do estado em decorrência das precárias condições de transporte e comunicação. Até o início do século XIX, os caboclos permaneceram como únicos habitantes da região. Na década de 1920, com a chegada dos primeiros banhistas oriundos de Curitiba ocorreram transformações na dinâmica de ocupação da região (BIGARELLA, 2009; SAMPAIO, 2006; ESTEVES, 2011; ESTADES, 2003).

O fim da década de 1920 é considerado o marco inicial da atividade turística na região que compreende o município de Matinhos e, conseqüentemente, a Praia Brava de Caiobá. Neste período, chegaram à região, os primeiros banhistas, descendentes de alemães, oriundos da capital Curitiba, que passaram a frequentar as praias do litoral do estado (BIGARELLA, 2009).

A partir do loteamento da região, no ano de 1926, surgiu a primeira vila balneária denominada Matinho. No ano de 1930, a construção da vila balneária do Morro de Cayobá, deu origem ao balneário de Caiobá. “Em 1929, no início da implantação da ‘Vila Balneária do Morro de Cayoba’, lá moravam quatro famílias” (ESTEVES, 2011 p. 89). Os dois empreendimentos balneários possuíam posição geográfica favorável para seu desenvolvimento, tendo em vista a proximidade com a Serra da Prata, que permitiu o abastecimento de água das vilas (BIGARELLA, 2009; SAMPAIO, 2006).

Ainda na década de 1920, a construção da Estrada do Mar, atualmente PR-407, que ligava as praias do litoral paranaense à Paranaguá, facilitou o acesso dos banhistas. No entanto, até o final da década de 1940 o acesso à Matinhos e a Caiobá se dava pela areia da praia, desde a localidade de Praia de Leste. No ano de 1948 a PR-407 foi ampliada até o porto de embarque na Baía de Guaratuba. Neste período, já havia aproximadamente 68 casas e 3

hotéis na localidade das vilas de Matinhos e Caiobá (FILIPPIM, 2015; ESTEVES, 2011).

Em 1933 foi fundada a Sociedade Anônima Companhia de Melhoramentos de Matinhos, organizada por banhistas que já eram proprietários de casas e comerciantes. O objetivo era garantir o abastecimento de água, iluminação elétrica e outros melhoramentos. A primeira obra foi uma termoelétrica e em 1936 começou a distribuição de água canalizada para as 68 residências e os três hotéis então existentes (ESTEVES, 2011, p. 89).

As residências supracitadas, cujos proprietários majoritariamente eram famílias com poder aquisitivo elevado, oriundas de Curitiba e região, ilustram o início da ocupação pelas segundas residências na localidade da PBC. Os banhistas que não possuíam residência na localidade, hospedavam-se nos hotéis disponíveis. Destaque para o Grande Hotel de Caiobá, representado na figura 3, inaugurado na década de 1930 (BIGARELLA, 2009; ESTEVES, 2011).

Até a década de 1940 os banhistas usufruíam do espaço da praia durante os meses de inverno. Segundo Sampaio (2006), tal fato decorria da alta transmissão da malária no período de verão. A erradicação da malária, fomentada por medidas do poder público, transformou a cena do turismo na localidade da Praia Brava de Caiobá (ESTEVES, 2011).

A malária deixou de ser endêmica no final dos anos de 1940, o que colaborou para uma mudança nos hábitos dos frequentadores do litoral, ou seja, a preferência pelo verão como época de temporada de praia, visto que até então os banhistas optavam pelo inverno, pois existiam menos mosquitos (ESTEVES, 2011, p. 93).

No período entre as décadas de 1940 e 1950 foram realizadas em Matinhos obras de urbanização e infraestrutura, sobretudo sanitária, como, construção de canais de drenagem. Tal fato contribuiu para a construção do empreendimento denominado Cidade Balneária de Cayuba, fruto da iniciativa do poder público, que uniu as vilas de Matinhos e Caiobá. Com isso, cerca de 2.520 loteamentos passaram a ocupar a área onde atualmente está situada a Praia Brava de Caiobá (SAMPAIO, 2006; ESTEVES, 2011).

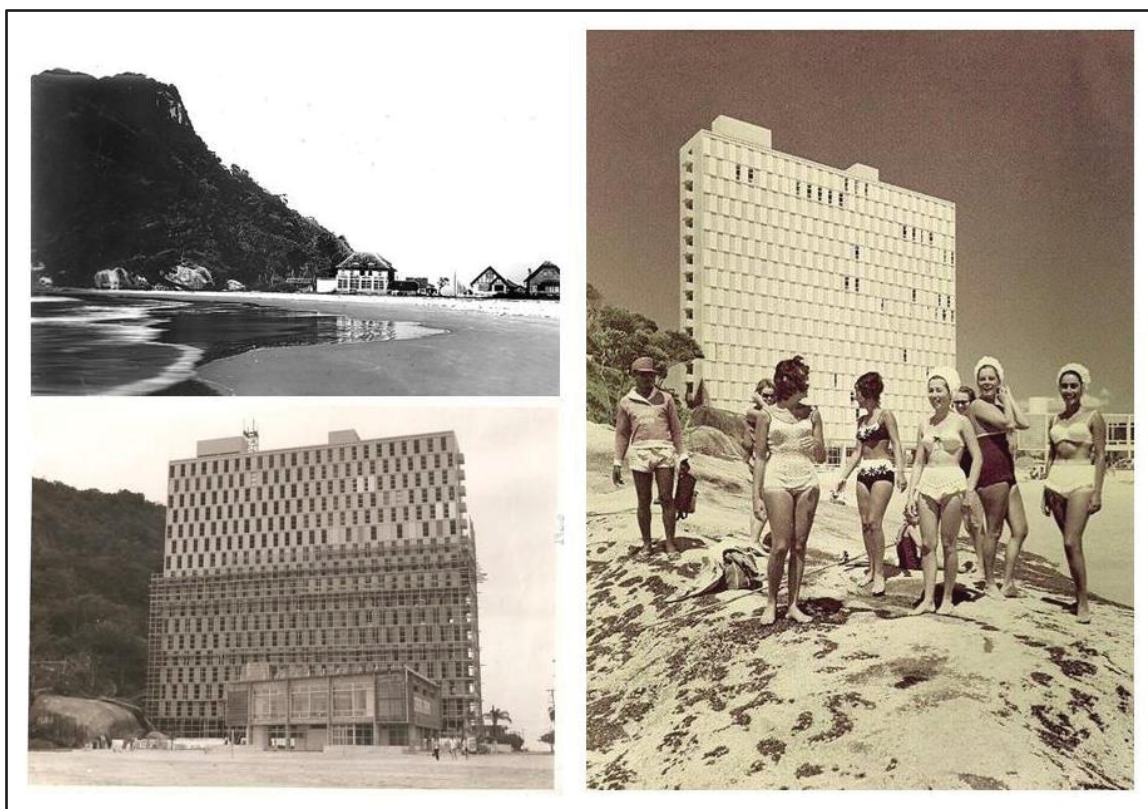
Outro fator importante para a intensificação do uso balneário na localidade da PBC está na construção e melhorias de infraestrutura de acesso às praias, particularmente, desde a década de 1950. Neste período, a

expansão agrícola fomentou a pavimentação de rodovias que conectavam o interior do estado do Paraná com o porto de Paranaguá. Entre as décadas de 1960 e 1980, a expansão da malha viária do Paraná culminou na construção de duas rodovias importantes que fazem a ligação do interior do estado do Paraná com o litoral: a BR-277 e a BR- 376. Esse processo facilitou o acesso às praias do estado do Paraná e influenciou no crescimento urbano da região (CHEMIN e ABRAHÃO, 2014; ESTEVES, 2011).

A região que compreende atualmente o município de Matinhos pertencia ao território de Paranaguá até o ano de 1968, quando ocorreu o desmembramento político, constituindo o município de Matinhos. Simultaneamente, na década de 1960 ocorre o início do processo de verticalização da orla das praias do então município de Matinhos. Marco desse processo, o Edifício Mappin Caiobá, representou uma nova dinâmica de ocupação da praia na região. O edifício construído no mesmo local onde instalava-se o Grande Hotel Caiobá transformou a paisagem, conforme ilustrado na Figura 2 (FILIPPIM, 2015; ABRAHÃO, 2016).

No período que compreende as décadas de 1960 a 1980 o município de Matinhos, sobretudo o balneário de Caiobá, vivenciou um processo intenso de verticalização. Caiobá chegou a ser considerado o balneário mais nobre do litoral paranaense, com o metro quadrado mais valoroso da região. Tal característica no modo de ocupação da praia se deu em decorrência da demanda por segundas residências turísticas (ESTEVES, 2011).

FIGURA 2: TRANSFORMAÇÃO NA PAISAGEM DE CAIOBÁ COM A CONSTRUÇÃO DO EDIFÍCIO HOMÔNIMO, NAS DÉCADAS DE 1940, 1960 E 1970.



Fonte: Bigarella, 2009. Casa Cultural de Matinhos.

Tal processo de verticalização impulsionou o mercado de trabalho, sobretudo, no que tange ao Setor de construção civil. O que, por sua vez, influenciou para que novos contingentes populacionais buscassem na região melhorias nas condições de trabalho e de renda. Trabalhadores oriundos do interior do estado do Paraná e da Região Metropolitana de Curitiba fixaram-se no município de Matinhos a fim de atender tal demanda. Após o “boom” da construção civil no município, esses indivíduos passaram a ocupar outras funções referentes direta ou indiretamente ao setor turístico (FILIPPIM, 2015; ESTEVES, 2011).

Paralelamente à intensificação da construção de edifícios ocupados sazonalmente por veranistas de alta renda, ocorre a ocupação de baixa renda, não raro irregular, de áreas menos qualificadas e ambientalmente mais vulneráveis (FILIPPIM, 2015, p. 93).

A partir dessa intensificação do uso balneário e, conseqüentemente, do crescimento populacional e aumento do fluxo turístico, desde a década de 1970, se tornaram evidentes problemas ambientais. A dinâmica do modo de

ocupação da região da Praia Brava de Caiobá contribuiu para problemas como a sedimentação costeira, erosão de encostas e morros, contaminação da água por esgoto doméstico e sombreamento da praia pelos edifícios dispostos na orla (ÂNGULO, 2001).

Tal cenário exigiu ações do poder público que objetivaram minimizar os efeitos negativos decorrentes da ocupação. Na década de 1980, foi estipulado o Decreto Estadual nº 2722/84 que definiu as regras de ocupação e uso do solo no litoral paranaense. O decreto impôs restrições para a construção de edificações, sobretudo em relação ao número de pavimentos na orla das praias, com destaque para o balneário de Caiobá, em decorrência da verticalização (SAMPAIO, 2006; ABRAHÃO, 2016).

A eficácia da intervenção estadual para o controle da ocupação do solo pelo uso balneário no litoral paranaense, passados já mais de vinte anos desde seu estabelecimento, é visível, notadamente no que diz respeito ao conjunto volumétrico de maior porte, e, de certo modo, pode ser considerado, pelo momento em que ocorreu (1984), como “um golpe de sorte”, que impediu que a orla sul do estado tivesse destino semelhante ao de outros balneários, onde a ausência de parâmetros construtivos adequados gerou os conhecidos “paredões” de edifícios na linha de frente para a praia (SAMPAIO, 2006, p.182).

No que se refere à influência do Estado para conter a ocupação desenfreada, o volume de edifícios construídos na orla, especialmente da Praia Brava de Caiobá, pode-se dizer que foi significativa, conforme ilustrado pela figura 3. No entanto, a partir da dinâmica sazonal do turismo na região, cujo intenso fluxo de turistas se dá nos meses de verão, grande parte dessas residências permanecem subutilizadas e/ou ociosas durante a maior parte do ano (ABRAHÃO, 2016).

FIGURA 3: VISTA AÉREA DA PRAIA MANSA, AO FUNDO A PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, ANOS 2000.



Fonte: Abrahão (2016).

A sazonalidade é uma das principais características do fenômeno turístico da região do litoral paranaense. Durante os meses de alta temporada turística, o município de Matinhos chega a ter sua população triplicada em decorrência do fluxo de turistas. Tal característica produz um cenário distinto nos meses de verão, período em que são mobilizados diversos estabelecimentos comerciais destinados aos turistas, em detrimento do que ocorre nos meses de inverno (ESTEVES, 2011).

A sazonalidade da atividade turística tem consequências negativas para os municípios balneários. Nas temporadas de verão as três cidades recebem um expressivo fluxo de turistas. Segundo dados da SETUR-PR, em 2004 o litoral recebeu cerca de 1.566.000 pessoas. Deste contingente 36% se dirigiram a Pontal do Paraná, 25% para Matinhos, 16% para Guaratuba. Nos anos seguintes o fluxo se manteve alto. Mesmo para a população local, as condições de infraestrutura e de serviços básicos são precárias, especialmente o transporte, a saúde, o saneamento básico e o abastecimento. Somam-se ainda impactos como o ambiental, o aumento dos preços, o trânsito caótico, violência, barulho etc... Quando termina a temporada toda a estrutura de segundas-residências e parte do comércio fica subutilizada (ESTEVES, 2011, p. 115).

Observa-se que, mesmo frente aos problemas decorrentes da dinâmica do fenômeno turístico na região onde está situada a Praia Brava de Caiobá, o

turismo desempenhou papel significativo no processo de ocupação da localidade. No século XXI, na condição de atividade econômica, o turismo é responsável pela geração de emprego e renda à população, sobretudo durante os meses de verão (FILLIPIM, 2015). Conforme apresentado nessa seção, a dinâmica de ocupação desse espaço configurou diferentes cenários no decurso da história do turismo na região.

A ocupação pelo uso balneário da região da Praia Brava de Caiobá se deu inicialmente por banhistas que procuravam usufruir de atributos naturais e suas propriedades terapêuticas. Posteriormente, o início da ocupação pelas segundas residências ocorreu em razão da busca dos proprietários por *status* social. Em ambos os períodos, a precariedade dos meios de transporte tornava o acesso à PBC mais restritivo e, conseqüentemente, mais elitizado. Na contemporaneidade, a conexão entre o município de Matinhos e o interior do estado do Paraná, possibilita que maior contingente de turistas ocupem o espaço da PBC. Contudo, tal fato não anula a característica da localidade como destino turístico de segundas residências (ABRAHÃO, 2016).

Frente ao exposto, existem dois tipos de ocupação do espaço da Praia Brava de Caiobá, considerados pela presente pesquisa. Uma mais tradicional, que se apresenta de forma significativa, e que se refere à ocupação por turistas fixos, proprietários de residências. E outra, relativamente recente, que se dá por turistas que permanecem no município por pouco período de tempo, propulsionada pela melhor condição de infraestrutura de transportes, particularmente, desde os anos 1980.

2.2 METODOLOGIA

Nesta seção serão apresentados os caminhos metodológicos adotados pela presente investigação. A metodologia de uma pesquisa científica, segundo Minayo (2002, p. 16), “[...] inclui as concepções teóricas da abordagem, o conjunto de técnicas que possibilitam a construção da realidade e o sopro divino do potencial criativo do investigador”. O caminho desenvolvido pelo pesquisador, bem como a práxis para a compreensão de uma determinada realidade.

A problemática desta investigação aborda as características do fenômeno do turismo de massa que se manifestam no cotidiano turístico de ambientes praianos. Desta forma, o objetivo geral da pesquisa é analisar o turismo de massa contemporâneo a partir do cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá. Os objetivos específicos são: compreender as principais características do turismo de massa na PBC; analisar o comportamento dos turistas e dos segundos residentes no cotidiano da PBC e; identificar características do cotidiano turístico na percepção dos turistas e dos segundos residentes.

A pesquisa possui, quanto a seus objetivos, natureza aplicada e abordagem qualitativa. Segundo Minayo (2002, p. 22), a pesquisa qualitativa: “[...] trabalha com universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”. Com delineamento de estudo de caso objetiva-se, desenvolver uma árdua análise sobre o fenômeno turístico no balneário de Caiobá. Para Yin (2001, p. 21), o estudo de caso: “[...] contribui de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais organizacionais, sociais e políticos”.

Originalmente, o delineamento da etapa da coleta de dados da presente pesquisa compreendia os métodos da observação não-participante e das entrevistas semiestruturadas. A impossibilidade da realização desta etapa de coleta de dados, em decorrência da pandemia da Covid-19,¹⁸ exigiu um novo delineamento. Deste modo, os métodos de coleta de dados adotados pela presente pesquisa passaram a ser a observação não-participante e a pesquisa

18 Cabe destacar aqui, que o plano original de coleta de dados da presente pesquisa compreendia como métodos de investigação a observação não-participante e entrevistas semiestruturadas. Essa proposta preliminar, delineada no projeto de pesquisa, precisou ser alterada em decorrência do cenário calamitoso provocado pela pandemia mundial da Covid-19. O vírus SARS-CoV-2 possui um elevado índice de contaminação, propagando-se em uma velocidade vertiginosa pelo mundo. Em decorrência disso, uma das principais medidas de contenção do vírus, orientada pela Organização Mundial da Saúde, refere-se ao distanciamento social. Evidentemente, tal circunstância influenciou o desenvolvimento do plano de investigação inicial. A etapa da coleta de dados que compreende o método da observação participante foi plenamente realizada, tendo em vista que, apesar do alerta do surgimento da Covid-19 realizado por cientistas e médicos chineses em dezembro de 2019, o primeiro caso registrado no Brasil ocorreu no final do mês de fevereiro de 2020 (BRASIL, 2021).

documental. A etapa da observação não-participante foi possível de ser realizada no período anterior à pandemia.

A pesquisa documental se deu em dois momentos. Os primeiros documentos analisados foram as avaliações realizadas por turistas que frequentam a Praia Brava de Caiobá, na plataforma do *Tripadvisor*¹⁹. Posteriormente, foram analisados dados secundários de entrevistas realizadas com proprietários de segundas residências turísticas na região da Praia Brava de Caiobá²⁰. O processo de coleta de dados será apresentado de forma mais detalhada na seção seguinte.

A partir da coleta e da sistematização dos dados, empregou-se a triangulação dos dados, conforme Yin (2001). A análise dos dados coletados será realizada com o auxílio do método da Análise de Conteúdo sob a perspectiva de Laurence Bardin (2011). Segundo a autora, as categorias de análise podem ser concebidas *a priori*, a partir da teoria ou, *a posteriori*, quando as categorias emergem dos dados coletados. Conforme o quadro 1, para esta pesquisa, a categoria magna, definida *a priori* é o cotidiano e as subcategorias são: viagens coletivas, fachada de descontração e liberdade, visão clichê do espaço, cenário casa e falsa compensação, a subcategoria idealização do ser turista foi definida *a posteriori*.

QUADRO 1: CATEGORIAS DE ANÁLISE DE DADOS

Categoria magna: Cotidiano Turístico	
Subcategorias	Descrição
Viagens coletivas	Uma das características do turista de massa é a preferência por viagens em grupos.
Fachada da descontração e	Partes da fachada pessoal que são relativamente móveis ou transitórios:

19O TripAdvisor é uma plataforma *online*, além de ser um aplicativo, de compartilhamento de avaliações e opiniões sobre serviços e destinos turísticos. Representa o maior sítio *online* de interação entre turistas e potenciais turistas, disponível em 28 idiomas, reunindo um total de 859 milhões de avaliações realizadas por turistas do mundo todo (TRIPADVISOR, 2021).

20 As entrevistas foram realizadas pelo Grupo de Pesquisa Turismo, Território e Desenvolvimento, o qual a pesquisadora integra, que consiste em uma parceria entre o Programa de Educação Tutorial (PET) Litoral Social e o projeto de Iniciação Científica “Dinâmicas Territoriais decorrentes do fenômeno turístico nos municípios balneários do litoral do Paraná” da Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral. Foram devidamente cedidas como fonte documental para a análise, considerando os objetivos da presente pesquisa.

liberdade	vestuário, atitudes, expressões faciais, gestos corporais, que apresentam o turista como livre, descontraído, relaxado.
Visão clichê do espaço	Os clichês da praia: o oceano azul, a areia branca, turistas bronzeados, sol, “imagens e sonhos pré-fabricados pela publicidade” (KRIPPENDORF, 2003, p. 55).
Cenário Casa	Característica dos destinos turísticos massificados em reproduzir uma estrutura física homogênea - turistificação dos espaços; busca dos turistas por um certo “conforto” mesmo em ambientes naturais, e o cenário com os elementos fixos, de pano de fundo, que são necessários para o desenrolar da representação do turista.
Falsa compensação	O repetitivo do cotidiano turístico: regras do cotidiano turístico que se assemelham ao cotidiano do trabalho. Esse desejo de “aproveitar tudo ao máximo” (KRIPPENDORF, 2003).
Idealização do ser turista	O que o indivíduo precisa representar, com base em valores sociais, para ser aceito como turista na sociedade contemporânea.

Fonte: organizado pela autora.

O processo de análise dos dados se deu em conformidade com o delineamento da problemática da pesquisa, neste sentido as subcategorias de análise definidas *a priori* e *a posteriori* se relacionam com os objetivos. Na seção subsequente, serão apresentados os métodos de coleta de dados e de que forma integram os objetivos.

2.3 MÉTODOS DE COLETA DOS DADOS

O processo de coleta de dados se deu em dois momentos. No primeiro momento, utilizou-se o método da observação não-participante com o objetivo de analisar as interações que ocorrem na Praia Brava de Caiobá, durante os

meses de verão, considerados de alta temporada turística, período em que recebe fluxos intensos de turistas em decorrência da sazonalidade característica do fenômeno no município.

QUADRO 2: APLICAÇÃO DOS MÉTODOS DE COLETA DE DADOS EM RELAÇÃO AOS OBJETIVOS DE PESQUISA.

Objetivos	Métodos de coleta de dados
Compreender as principais características do turismo de massa na PBC	Observação não-participante
	Pesquisa Documental
Analisar o comportamento dos turistas e dos segundos residentes no cotidiano da PBC	Observação não-participante
Identificar características do cotidiano turístico na percepção dos turistas e dos segundos residentes	Observação não-participante
	Pesquisa documental

Fonte: organizado pela autora.

A etapa subsequente do processo compreendeu o método da pesquisa documental, utilizando-se de fontes de dados primárias e secundárias. Preliminarmente, foram extraídas do sítio *online* do *TripAdvisor* as avaliações realizadas por turistas que frequentam a Praia Brava de Caiobá. Adicionalmente, foram utilizadas as transcrições das entrevistas realizadas com proprietários de segundas residências turísticas na região da PBC, realizadas em 2019 pela equipe do Grupo de Pesquisa Turismo, Território e Desenvolvimento. O quadro 2 apresenta como os métodos de coleta estão correlacionados aos objetivos da pesquisa.

2.3.1 MÉTODO 1: OBSERVAÇÃO NÃO-PARTICIPANTE

A primeira etapa da coleta de dados da presente pesquisa realizou-se com auxílio do método da observação direta ou observação não-participante. A técnica da observação não-participante utiliza dos sentidos do pesquisador para obter informações sobre a realidade de determinado grupo ou fenômeno social. A principal característica desta técnica é que: “[...] o pesquisador toma

contato com a comunidade, grupo ou realidade estudada, mas sem integrar-se a ela: permanece de fora” (MARCONI e LAKATOS, 2003).

O pesquisador assume uma postura de espectador do fato ou do fenômeno a ser observado, assiste, mas não participa das dinâmicas estabelecidas pelos atores. Contudo, esse caráter observacional não anula a necessidade de sistematização e estruturação de tal procedimento (MARCONI e LAKATOS, 2003).

2.3.2 MÉTODO 2: PESQUISA DOCUMENTAL

O método da pesquisa documental compõe a segunda etapa da coleta de dados. Segundo Cellard (2008, p. 299), uma das principais vantagens na utilização deste método é a impossibilidade de qualquer influência nos acontecimentos ou comportamentos investigados por parte do pesquisador: “[...] é impossível transformar um documento; é preciso aceitá-lo tal como ele se apresenta, tão incompleto, parcial ou impreciso que seja”.

Outra vantagem para o uso da pesquisa documental na presente investigação, está no fato de que a pesquisa documental não exige contato com os sujeitos de pesquisa (GIL, 2008). Neste sentido, o método foi definido em decorrência dos acontecimentos já mencionados anteriormente, em relação ao cenário ocasionado pela pandemia mundial da Covid-19. Além disso, o autor reflete sobre a diversidade de fontes de dados possibilitados pelo método.

A pesquisa documental apresenta uma série de vantagens. Primeiramente, há que se considerar que os documentos constituem fonte rica e estável de dados. Como os documentos subsistem ao longo do tempo, tornam-se a mais importante fonte de dados em qualquer pesquisa de natureza histórica (GIL, 2008, p. 46).

Em relação às fontes da pesquisa documental, Marconi e Lakatos (2003) consideram três variáveis: fontes escritas ou não; fontes primárias ou secundárias; contemporâneas ou retrospectivas. Para esta pesquisa, utilizou-se de fontes escritas de ordem primária, ou seja, os dados são coletados pelo pesquisador e contemporâneas. Os documentos analisados são de natureza particular que, segundo os autores: “[...] são importantes sobretudo por seu

conteúdo não oferecer apenas fatos, mas o significado que estes tiveram para aqueles que os viveram, descritos em sua própria linguagem” (MARCONI e LAKATOS, 2003, p. 180).

2.4 MÉTODOS DE TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Os dados coletados, conforme mencionado na seção anterior, foram analisados com base no método da análise de conteúdo (AC). Essa análise auxiliou na compreensão das características que se apresentam a partir dos depoimentos e fragmentos de discursos, bem como, das anotações realizadas a partir da observação em campo.

O método da AC é compreendido como: “[...] um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. Esse conjunto de técnicas pode ser empregado para analisar qualquer tipo de comunicação escrita” (BARDIN, 2011, p. 15). O processo de análise de conteúdo é estruturado em três etapas fundamentais: a pré-análise ou etapa de organização dos documentos a serem analisados; a exploração do material; e o tratamento dos resultados.

2.5 PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS

Os aspectos observados em campo, a partir da proposta de Magnani (1996) foram o cenário, os atores e as regras de interação social. O instrumento utilizado para coletar os dados da observação foi o caderno de campo que, segundo Minayo (1999, p. 295) trata-se de: “[...] um caderninho de notas em que o investigador, dia por dia, vai anotando o que observa e que não é objeto de nenhuma modalidade de entrevista”. O processo de observação ocorreu durante os meses de fevereiro e março de 2020 e foram analisadas duas cenas distintas: diurna e noturna. Os cenários observados foram a areia e a beira mar da Praia Brava de Caiobá e o calçadão (este compreendendo também a Avenida Atlântica).

A segunda etapa do processo de coleta dos dados se deu a partir do método da pesquisa documental que buscou analisar as duas fontes de dados

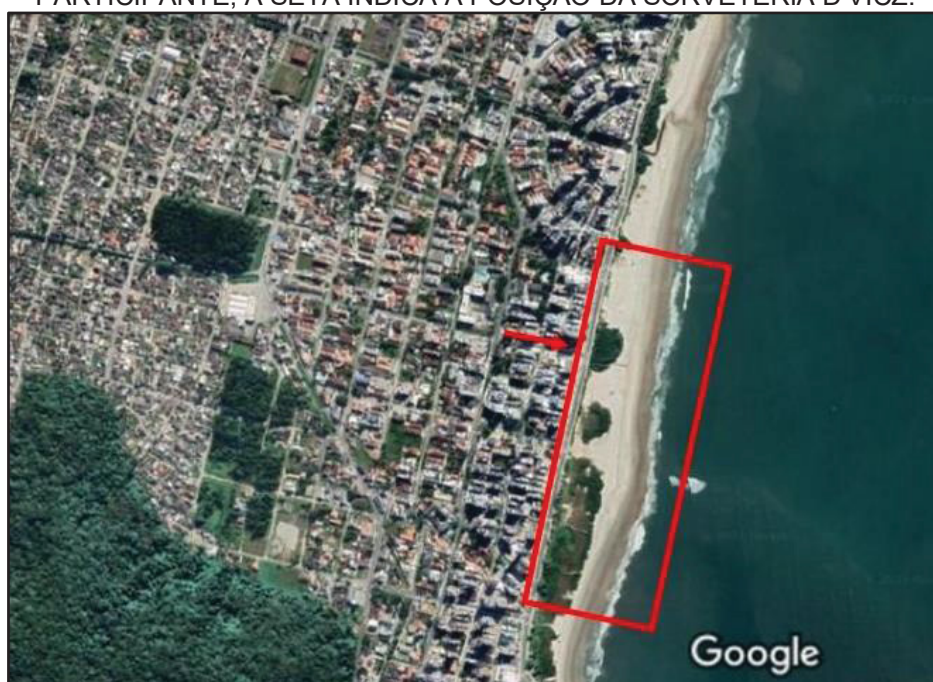
primários e secundários: os comentários de turistas que frequentam a Praia Brava de Caiobá, extraídos da plataforma do *TripAdvisor*, bem como das entrevistas realizadas com os segundos residentes.

A organização e sistematização dos dados se deu a partir da construção de um quadro síntese, conforme apresentado na subseção 3.3.2. Seguidamente, com o uso do recurso da tabela dinâmica, do *Microsoft Excel*, produziu-se uma síntese das informações importadas da plataforma. Além da tabela dinâmica, utilizou-se como ferramenta o *software de análise estatística IRAMUTEQ*.

2.5.1 OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE

Foi realizada a observação não-participante na Praia Brava de Caiobá, durante o mês de fevereiro de 2020 (Figura 4). O período definido de observação se deu em razão da sazonalidade turística vivenciada pelos municípios praianos-turístico da região do litoral paranaense. Durante os meses de verão, o fluxo de turistas aumenta expressivamente em relação a outros períodos do ano (SAMPAIO, 2006).

FIGURA 4: MAPA DO LOCAL ONDE FOI REALIZADA A OBSERVAÇÃO NÃO-PARTICIPANTE, A SETA INDICA A POSIÇÃO DA SORVETERIA D'VICZ.

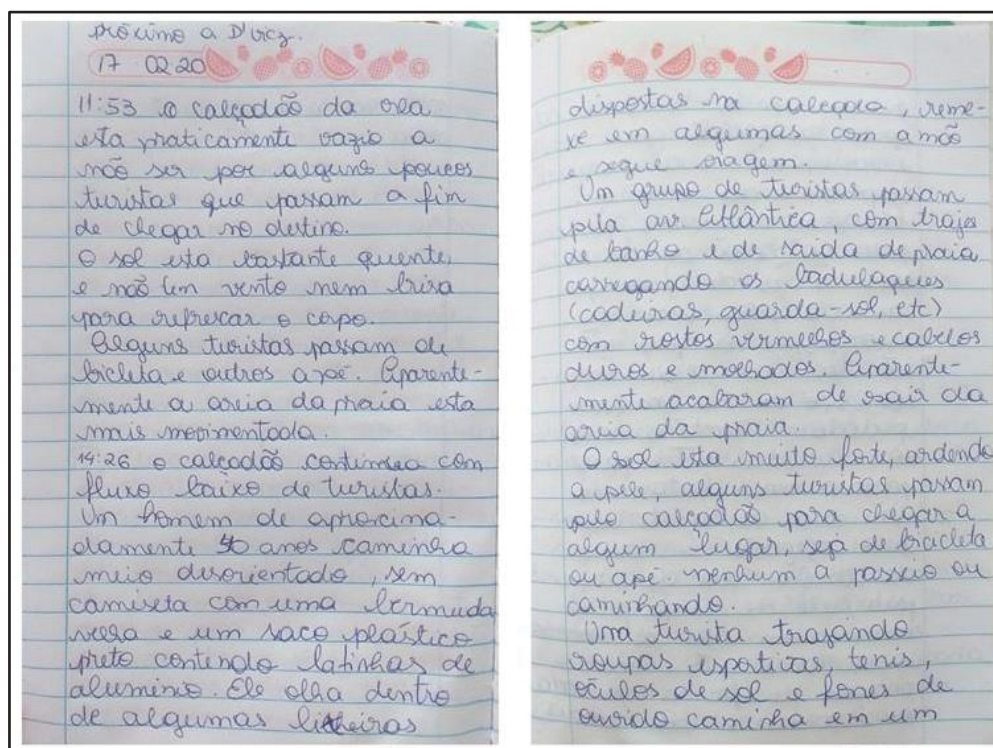


Fonte: Adaptado pela autora de *Google Maps*.

O processo de coleta exigiu a residência no município de Matinhos durante toda a fase de observação. Simultaneamente à coleta de dados na Praia, realizou-se um trabalho informal no comércio turístico local. Esses aspectos possibilitaram à pesquisadora vivenciar experiências que a inserissem na realidade do fenômeno turístico na região. As anotações foram feitas imediatamente à observação, com o auxílio de um caderno de campo. Os principais aspectos registrados foram: a data e o horário de início e fim da observação, o ponto de observação, o cenário, os atores e seus comportamentos.

Após a finalização do processo de observação e dos registros no caderno de campo, a fim de oportunizar o processo de análise, realizou-se a sistematização dos dados coletados, a partir da construção de um quadro síntese. A Figura 5, ilustra o processo de anotação no caderno de campo dos dados coletados na Praia Brava de Caiobá, no mês de fevereiro de 2020, a partir da técnica da observação não-participante. As anotações realizadas em campo estão segmentadas em um total de 23 observações das cenas diurnas e noturnas.

FIGURA 5: ANOTAÇÕES REALIZADAS NO CADERNO DE CAMPO, 2020.



Fonte: organizado pela autora.

As cenas diurnas foram observadas no horário entre 08:00 às 12:59 horas, enquanto as noturnas entre 18:59 e 20:00 horas, horário, esporadicamente, estendido até às 22:00. Os cenários observados neste período foram: a beira-mar da Praia Brava de Caiobá e o calçadão, considerado por esta investigação como sendo composto pela Av. Atlântica, a ciclovia, a pista de corrida e o calçadão para caminhada, como se vê na Figura 6.

FIGURA 6: CENA DIURNA DO CALÇADÃO DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ.



Fonte: Marcelo Chemin, 2019.

Os atores observados no cenário supracitado foram, como foco central, foram os turistas. Os pontos de observação definidos pela pesquisadora alternavam-se entre pontos na areia e no calçadão na extensão da Praia Brava de Caiobá, no entanto, houve maior interesse pelos pontos de intenso fluxo turístico pois permitiam melhor compreensão da dinâmica turística no local.

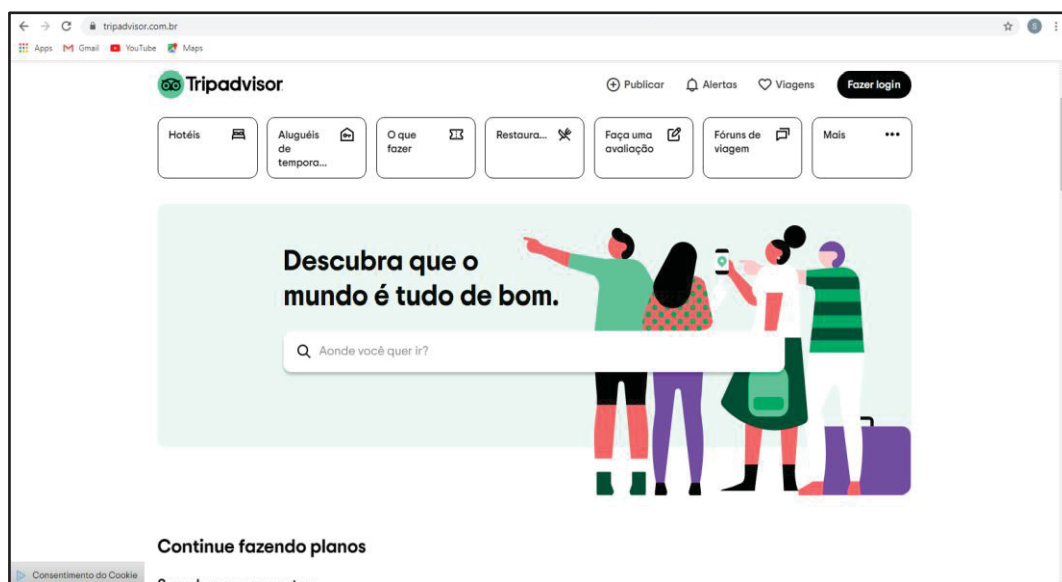
2.5.2 PESQUISA DOCUMENTAL

A etapa da pesquisa documental foi desenvolvida em dois momentos. Inicialmente foram analisados os dados extraídos da plataforma do *Tripadvisor*, com o auxílio do *software Iramuteq* e do recurso da tabela dinâmica no *Microsoft Excel*. Na sequência, analisou-se os dados secundários referentes às entrevistas semiestruturadas aplicadas com os segundos residentes.

2.5.2.1 Avaliações *Tripadvisor*

A primeira etapa da pesquisa documental se deu a partir da importação de comentários de avaliação realizados na plataforma do *TripAdvisor*. A avaliação é feita por parte dos turistas que visitaram localidades turísticas, cujo objetivo é compartilhar experiências com potenciais turistas que acessem a plataforma digital. Na página inicial do *TripAdvisor*, conforme apresentado na Figura 7, é possível fazer uma busca rápida por destinos turísticos e/ou atrativos e serviços destinados aos turistas do mundo todo.

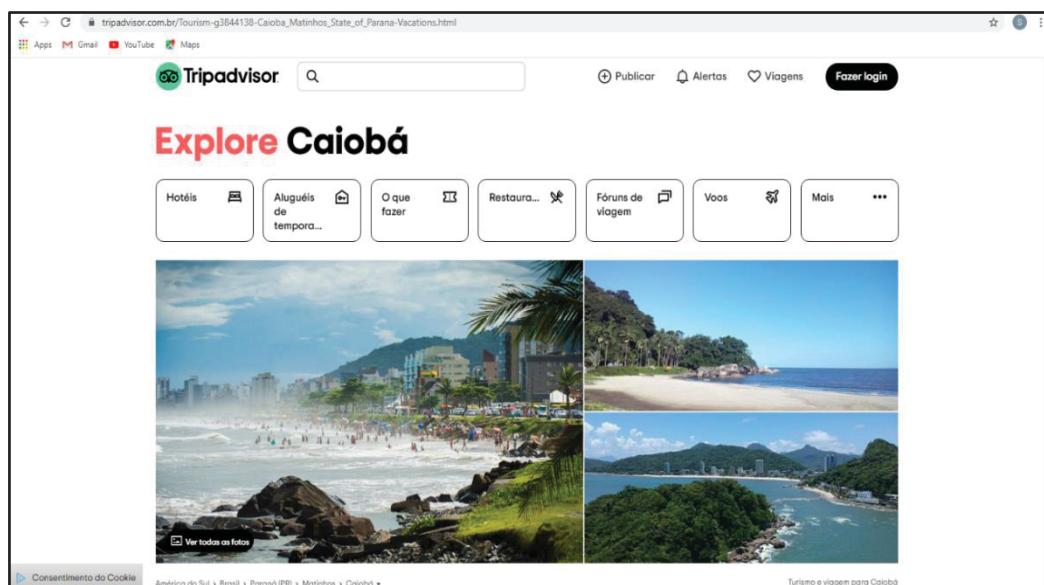
FIGURA 7: PÁGINA INICIAL DA PLATAFORMA DO *TRIPADVISOR*, 2020.



Fonte: www.tripadvisor.com

O termo empregado na busca foi “Caiobá”, conforme ilustrado na Figura 8, e como filtro utilizou-se a “Praia Brava”. O primeiro resultado, a partir da busca com os dois filtros, trouxe a indicação de 437 restaurantes e 21 outras atividades disponíveis aos turistas. Além da avaliação do destino, é permitido que os turistas alimentem a página com a inserção de imagens registradas durante a estadia.

FIGURA 8: RESULTADO DA BUSCA PELO TERMO “CAIOBÁ” NA PLATAFORMA DO TRIPADVISOR, 2020.

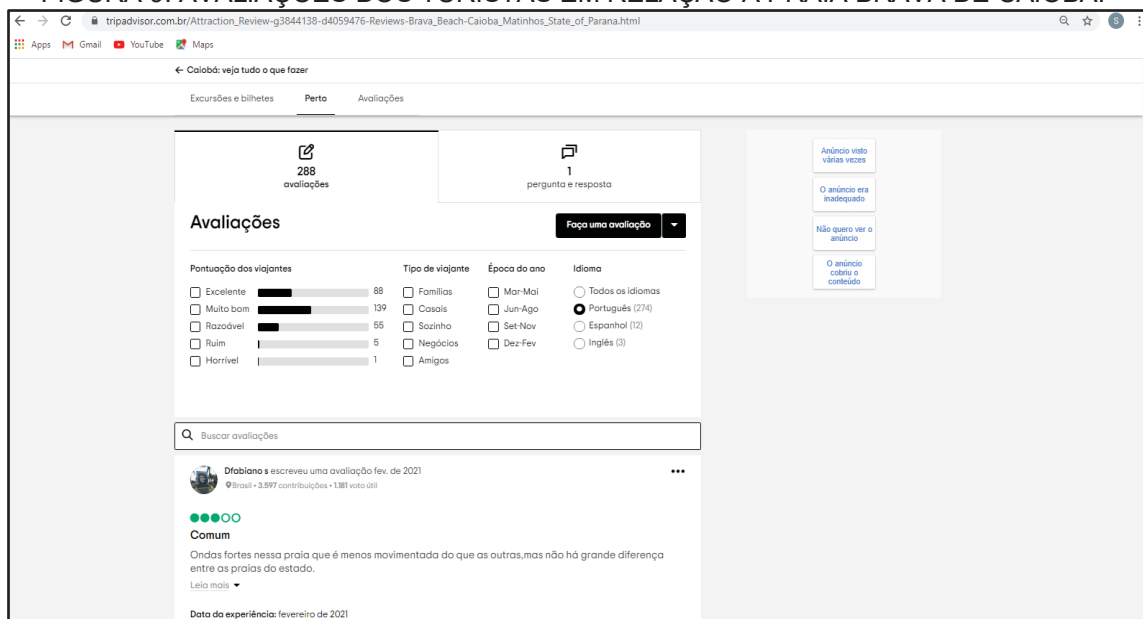


Fonte: www.tripadvisor.com

A extração dos dados de avaliação da plataforma supracitada ocorreu durante o mês de janeiro do ano de 2021. Neste período, foram identificadas 273 avaliações em relação a Praia Brava de Caiobá, segmentadas com base na pontuação dos viajantes como: excelente (85); muito bom (132); razoável (51); ruim (5) e; horrível (1), conforme apresentado na figura 6.

O turista, ao realizar a avaliação na plataforma, precisa estar *logado* em uma conta do TripAdvisor (Figura 9). Os elementos a serem preenchidos pelo avaliador, no caso o turista, são, além da identificação pessoal: datas da avaliação e da viagem, local onde a avaliação foi realizada, título da avaliação, o texto da avaliação e a classificação/pontuação.

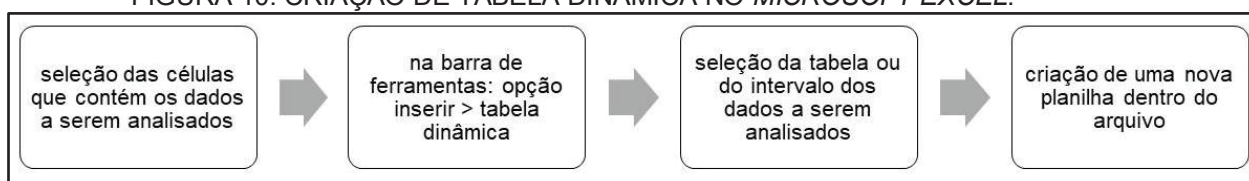
FIGURA 9: AVALIAÇÕES DOS TURISTAS EM RELAÇÃO À PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ.



Fonte: www.tripadvisor.com

A sistematização e organização dos dados coletados nesta etapa se deu a partir da produção de uma tabela cujos aspectos considerados foram: data; identificação; gênero; local onde foi feita a avaliação; título da avaliação; texto da avaliação; tipo da viagem e; pontuação. Na sequência, a fim de produzir uma síntese das informações importadas da plataforma, utilizou-se o recurso da tabela dinâmica do *Microsoft Excel*. Após a construção da tabela, as etapas se deram da seguinte forma, conforme apresenta a Figura 10:

FIGURA 10: CRIAÇÃO DE TABELA DINÂMICA NO MICROSOFT EXCEL.



Fonte: organizado pela autora.

Após a construção da tabela dinâmica, o Microsoft Excel permite a filtragem e cruzamento dos dados, que auxiliam no processo de análise. O cruzamento pode ser realizado a partir da seleção dos campos da tabela onde estão inseridos os dados, permitindo a concepção de relatórios, conforme apresentado na Figura 11.

FIGURA 11: RELATÓRIO PRODUZIDO COM O AUXÍLIO DA TABELA DINÂMICA.

Local onde foi feita a avaliação	Contagem de Local onde foi feita a avaliação
Antomina - PR	1
Apucarana - PR	3
Aquiraz - CE	1
Arapongas - PR	2
Arapoti - PR	1
Araucária - PR	1
Auburn - Califórnia	1
Balneário Camburiu - SC	1
Baneário Camburiú - SC	1
Bauru - SP	1
Belo Horizonte - MG	4
Blumenau - SC	1
Bragança Paulista - SP	1
Brasília - DF	2
Califórnia - PR	1
Cambará do Sul - RS	1
Cambé - PR	1
Campinas - SP	3
Campo Grande - MS	2
Cascavel - PR	1
Castro - PR	1
Caxias do Sul - RS	1
Chapadão do Sul - MS	1
Colombo - PR	1
Cuiabá - MT	1
Curitiba - PR	90
Diamantina - MG	2
Dresden - Alemanha	1
Florianópolis - SC	4

Fonte: organizado pela autora.

Além da tabela dinâmica, foi utilizado o software *IRAMUTEQ* como ferramenta para o processamento dos dados. O *IRAMUTEQ* é um *software* gratuito, *interface* com *software* de estatísticas R, que permite o processamento de dados textuais com cinco tipos de análises: análises textuais clássicas, pesquisa de especificidade de grupos, classificação hierárquica descendente, análise de similitude e nuvem de palavras (KAMI *et al*, 2016). Para esta pesquisa, utilizou-se dos recursos de nuvem de palavras, cuja função é apresentar as palavras que parecem com maior frequência no texto, e a análise de similitude que apresenta como as palavras de maior destaque se relacionam com outras palavras dentro do texto (SILVA *et al*, 2019). O primeiro passo para o uso do *IRAMUTEQ* é a sistematização dos dados através da organização de um arquivo no formato *txt*, contendo o texto da avaliação extraído da plataforma digital.

2.5.2.2 Entrevistas com os segundos residentes

A segunda etapa da pesquisa documental compreendeu a análise dos dados secundários coletados a partir de entrevistas semiestruturadas realizadas com segundos residentes que possuem propriedade no balneário de Caiobá desde a década de 1980. As entrevistas foram aplicadas pelo Grupo de

Pesquisa Turismo, Território e Desenvolvimento, ao qual a pesquisadora é integrante, composto por 12 estudantes regularmente matriculados em cursos de graduação e 4 estudantes de mestrado acadêmico da Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral, sob a orientação dos professores Dra. Cinthia Maria de Senna Abrahão, Dr. Marcelo Chemin e Dr. Marcos Luiz Filippim.

Foram realizadas 13 entrevistas com sujeitos que possuem segunda residência no município de Matinhos. O grupo de entrevistas é composto por 8 pessoas do gênero feminino e 5 do gênero masculino. Os entrevistados possuem idade entre 47 e 79 anos e frequentam o município de Matinhos desde a década de 1960. Em relação a formação acadêmica os entrevistados possuem diferentes profissões como, arquiteto, bióloga, enfermeira, professora, nutricionista, dentista, advogado, relações públicas e empresários. Atualmente, grande parte dos entrevistados são aposentados das suas principais ocupações.

A pesquisa desenvolvida pelo Grupo teve como objetivo analisar as alterações na imagem e na valoração subjetiva de Matinhos como destino turístico, desde a década de 1980, na perspectiva dos segundos residentes. O roteiro de entrevista semiestruturado dispunha de quatro blocos de questões: 1. perguntas introdutórias; 2. história e generalidades; 3. Socioambiental; e 4. Sociocultural.

A sistematização dos dados das transcrições das entrevistas foi realizada através de um quadro síntese no *MS Excel*. O quadro foi construído a fim de alinhar os depoimentos com os objetivos desta pesquisa, com a seguinte estrutura: as colunas correspondem às subcategorias de análise e as linhas constituem os fragmentos dos depoimentos, conforme ilustrado na Figura 12.

FIGURA 12: QUADRO DE SISTEMATIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS.

2	Entrevistado	Viagens Coletivas	Imagem Clichê do Espaço	Cenário Casa	
3		Unidades de registro:			
4	Informante 01		No inverno zero, só vou na temporada, nos feriados de setembro, outubro, novembro e dezembro... duas vezes... natal eu passo lá, daí janeiro e fevereiro, vou uma ou duas vezes por mês, passo uns dias e subo. Em relação a motivação de escolha de Matinhos como destino turístico: Então... o que eu vejo que o pessoal vai, é pela tranquilidade. Não é um ponto turístico, que eu não vejo que tem, entendeu? É pela tranquilidade, não tem trânsito maluco, não tem assalto, você anda tranquilo com a criança... Então isso pra mim é ponto principal de... que não é um ponto assim né. Nunca vi ninguém falar que vou pra lá porque tem isso, tem aquilo.	Em relação a importância das unidades de conservação do entorno de Matinhos: Muito né, eu acho que sempre né, preservação, o cuidado é o futuro, inclusive essa revitalização aqui do canal nosso, melhorou bastante, porque era uma coisa que desvaloriza, cheirava mal, sabe ali? foi feita alguma coisa, mas não que era eficiente, aquele outro canal que passava lá atrás, foi melhorado também, não tinha. O que seria interessante ser realizado na JK para que se tomasse um atrativo turístico: Então, o uso dela é serviço, né. É complicado, eu acho que tem que usar o canal aí, urbanizar e tratar isso daí e fazer um paisagismo, já vai melhorar um monte, né. Em relação a motivação de escolha de Matinhos como destino turístico: Então... o que eu vejo que o pessoal vai, é pela tranquilidade. Não é um ponto turístico, que eu não vejo que tem, entendeu? É pela tranquilidade, não tem trânsito maluco, não tem assalto, você anda tranquilo com a criança... Então isso pra mim é ponto principal de... que não é um ponto assim né. Nunca vi ninguém falar que vou pra lá porque tem isso, tem aquilo.	
6	Informante 02	Tinha, eu sou última da minha família de 7 irmãos e eu tinha, porque minha família frequente desde antes de eu nascer. Porque meu pai fazia as férias da família aqui. Então eu tenho irmã de 70 anos, tenho irmão de 80 anos! Moradores daqui hoje. E tenho 4 irmãos fora de Matinhos. 2 irmãos aqui em Matinhos e eu no interior. Então eles falavam... e quando eu era bem pequena meu pai já me trazia pra cá, eu lembro.	Em relação a qual area de Matinhos é mais atraente para quem visita: A orla, 80% é praia. Aí tem também Paranaguá, cachoeiras, o Cabaraquara, os restaurantes de noite e é isso. [...] sempre foi assim. A atração principal nossa é o mar.	Em relação ao que mais impressiona nos atrativos naturais de Matinhos: A organização, a limpeza das praias que pra gente é muito importante. A gente acha o acesso aos peixes, que meu marido é muito glutton, ele gosta de comer bastante, então é uma diversidade grande de peixes. O clima mesmo é muito bom, a limpeza, a gente acha a cidade muito limpa, muito bonita, muito gostosa, tanto Matinhos como Caiobá, tudo a gente acha muito bonito. Em relação a interferência dos problemas de erosão no lazer: O custo de vida a gente acha barato aqui. Tive época que eu fiquei muito decepcionada, a calçada estava intransitável, muito feio, aliás, nos últimos dez anos que eu tô vendo uma mudança estética em Matinhos, agora sim está bonito. Antes era bom vir e tudo, era gostoso, um lugar limpo, mas era muito feinho.	Em relação tem a classe vou lá e fico aqui, olha Entende? Vou, e quando entende? E nem pra lá condição fin SESC pra frequentar
			Em relação a natureza, o que mais impressionava: Eu sou uma pessoa que gosto muito de praia, gosto muito de mar, gosto muito desse tipo de beleza natural, então tem muitas coisas que me encantam [...] o verde fascina, aí o contraste com a pedra um pouco mais, aí o contraste com o mar, mais ainda, com a espuma do mar, mais ainda, então são essas belezas, que nós, que eu principalmente aprecio muito eu posso te dizer também que eu acho muito bonito, a nossa parte da avenida, que dá o contraste, por que é uma praia que tem, a praia Brava por exemplo é uma extensão de mar bastante grande, são 3 km mais ou menos, com um espaço de areia bem legal, depois nós temos o calçadão, com circulação de veículos e depois nós temos os prédios, então eu acho isso uma coisa fascinante, os prédios não me são muito próximos da areia, não fazem sombra no mar, então isso também é uma beleza que é	Em relação a escolha de Matinhos para segunda residência: Levou à vontade te der um imóvel na praia e próximo a nossa casa em Curitiba e ela nos proporciona isso, por ser próximo de Curitiba. [...] E eu acho assim que além da identificação da beleza do local, a gente sabia que nós estaríamos com mais idade, e que se a gente viesse ficar fixo aqui, morando fixamente aqui, a gente tinha que ter um lugar que tivesse estrutura, de hospitais, de farmácias de um supermercado maior, então também existia isso de estar em um local que atendesse as	Em relação público me Em relação

Fonte: organizado pela autora.

O processo de construção do quadro se iniciou com a leitura e categorização dos dados disponíveis nas transcrições. Nesta etapa, destacou-se no texto das transcrições trechos dos depoimentos que correspondiam a cada subcategoria de análise. Cabe ressaltar que, ao longo dessa dissertação, os informantes receberam um número para identificação a fim de manter em sigilo suas identidades.

Capítulo III – RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo, serão apresentados os resultados obtidos por meio da presente pesquisa, bem como sua interpretação à luz dos fundamentos teóricos. Os objetivos desta pesquisa apontam para duas formas de apropriação da praia sob a lógica do turismo de massa. Por um lado, o uso temporário da praia, ou seja, por turistas que usufruem do espaço por um período curto e, por outro lado, o uso por turistas permanentes, ou seja, os que possuem uma segunda residência turística no balneário de Caiobá.

Considerando tal premissa, o capítulo está organizado em três seções que correspondem aos objetivos da investigação. Em cada seção serão apresentados os resultados organizados a partir das categorias de análise concebidas *a priori* e *a posteriori*. Na primeira seção são evidenciadas as principais características do turismo de massa na Praia Brava de Caiobá (PBC). A segunda seção retrata os comportamentos comuns dos turistas e dos segundos residentes²¹ que frequentam a PBC. Na terceira e última seção deste capítulo, apresenta-se o cotidiano turístico na Praia Brava de Caiobá.

3.1 – O TURISMO DE MASSA NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ

3.1.1 A PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ COMO DESTINO DE VIAGENS COLETIVAS/FAMILIARES

Uma das principais características do fenômeno do turismo de massa, está relacionada à prática das viagens coletivas. Na cena turística observada na Praia Brava de Caiobá, identificou-se que os turistas, majoritariamente, desfrutam dos espaços da beira mar em grupos, tornando esporádica a manifestação de um ou uma turista, usufruindo do espaço da praia individualmente.

21 Importante evidenciar que no processo de observação não-participante no cenário turístico da PBC não é possível distinguir os turistas dos segundos residentes.

A partir dos dados empíricos da observação na areia Praia Brava de Caiobá, mais especificamente no ponto de maior fluxo turístico – de *front* a sorveteria D’Vicz²², tal característica se apresenta com veemência. Os grupos de turistas chegam à areia desde as primeiras horas da manhã. Aos poucos, estes pequenos grupos de turistas começam a se instalar na areia da praia, carregando equipamentos²³ que aludem à típica cena turística na areia da Praia Brava. Após a escolha de um local considerado pertinente, os turistas instalam-se na areia da praia, organizando-se habitualmente em grupos.

É possível observar que grupos de turistas chegam a todo instante na areia da praia. Hora casais, hora grupos de três ou quatro pessoas, raramente estão sozinhos. Carregam guarda-sóis e cadeiras de praia, caminham pela areia observando os espaços disponíveis possivelmente a procura de um lugar para se instalarem (Caderno de campo, 08/02/2020 às 15:00).

Na cena turística da areia da praia, excepcionalmente, os turistas realizam uma ou outra atividade de forma individual, como os banhos de mar e as caminhadas à beira-mar. A interação verbal entre os grupos de turistas é relativamente baixa, a interação ocorre apenas com outros turistas do mesmo grupo e, tão somente, com os vendedores ambulantes que estão com seus carrinhos fixos neste ponto específico da Praia Brava de Caiobá.

Do ponto onde observo toda a extensão da areia da praia, hoje sou a única ocupante sem guarda-sol, sem cadeira de praia e a única a permanecer neste espaço sozinha. Observo que raramente há interação entre os grupos de turistas. Dentro do mar isso se torna mais comum, mas na areia da praia cada grupo permanece em sua “bolha” (Caderno de campo, 14/02/2020 às 14:40).

Na areia da praia torna-se mais evidente esta organização dos turistas em conglomerados, sobretudo durante o período matutino e vespertino. A organização dos turistas em suas cadeiras de praias está sempre voltada a um centro comum para o grupo. Nesse ponto central, estão dispostos alimentos e

22 A sorveteria D’vicz está localizada na Avenida Atlântica e é considerada referência espacial para esta pesquisa visto que, em suas proximidades, é onde concentra-se o maior fluxo turístico na Praia Brava de Caiobá.

23 Cadeiras de praia, toalhas, cangas, guarda-sóis, tendas, caixa térmica, aparelho de som portátil, brinquedos, entre outros.

bebidas compartilhados pelo grupo, bem como, habitualmente, local onde está posicionado o guarda-sol.

Por outro lado, essa disposição física dos grupos de turistas se apresenta de forma distinta no calçadão da PBC. É possível observar que os grupos de turistas ocupam esse espaço de forma mais expressiva durante a cena noturna. Ademais, na areia da praia a disposição dos turistas é fixa em um lugar específico, ao passo que no calçadão, os grupos se mantêm, predominantemente, em movimento.

As atividades realizadas pelos grupos de turistas observadas no calçadão da PBC consistem em passeios de bicicleta, patins, *skate*, caminhadas, bem como, o consumo de alimentos e bebidas nos quiosques. Ainda que, majoritariamente, os grupos permaneçam em movimento, observa-se que frequentemente os turistas reproduzem comportamentos característicos da areia da praia no calçadão.

Um casal de aproximadamente 60 anos, homem e mulher, instalou-se agora no calçadão com duas cadeiras de praia, uma caixa térmica, de onde se servem de bebidas aparentemente não alcoólicas, e um carrinho de praia, não usam trajes de banho, mas sim roupas de verão, *shorts* e camisetas de tecidos leves (Caderno de campo, 18/02/2020 às 18:10).

Ainda que de maneira distinta da observada na areia da praia, no calçadão da PBC é possível identificar a dinâmica de organização em grupos. Neste cenário, os turistas permanecem em movimento, o que dificulta a observação em relação à organização coletiva. Contudo, é possível observar turistas realizando atividades em grupo, como, por exemplo, os passeios de bicicleta, as caminhadas noturnas e a realização de exercícios físicos.

Os grupos são compostos por turistas de diferentes faixas etárias, incluindo crianças acompanhadas por turistas adultos. Este fato indica que, possivelmente, grande parte dos grupos observados no cotidiano turístico da PBC são compostos por famílias. As avaliações analisadas reiteram o que foi observado em campo. Os resultados referentes à avaliação dos turistas na plataforma do *Tripadvisor*, apontam preferência por viagens em família. Das 273 realizadas na plataforma, 138 turistas marcaram a opção de viagem

familiar e 37 turistas viajaram em grupos de amigos, conforme apresentado no quadro 3.

QUADRO 3: VIAGENS COLETIVAS A PARTIR DA AVALIAÇÃO DOS TURISTAS NA PLATAFORMA DO *TRIPADVISOR*.

Tipo da Viagem	Quantidade de avaliações
A trabalho	7
De casal	42
Familiar	138
Grupo de amigos	37
Não especificada	42
Sem companhia	7

Fonte: organizado pela autora.

Em seus comentários os turistas avaliaram a Praia Brava de Caiobá como um local apropriado para realizar visitas em grupos e, mais especificamente, viagens familiares. Tal característica configura a PBC como destino turístico indicado, especialmente, às viagens realizadas em grupos familiares.

E a previsão dias antes de seguirmos a viagem era de chuva para a região de Matinhos e Caiobá! Para nossa alegria, tivemos dias lindos de sol em algumas praias da região. Além do presente de dias ensolarados, **a praia é tranquila e o ambiente bem familiar. Ótimo para estar inclusive com crianças** que era nosso caso, pois as águas são tranquilas. E para as refeições alguns restaurantes próximos facilitou nossa vida com nossas pequenas turistas (Avaliação 55, 2016– grifo nosso).

Em que pese a característica agitada do mar, a extensa faixa de areia parece ser responsável por transmitir uma ideia de segurança, sobretudo para o divertimento das crianças. Do mesmo modo, a disposição de guarda-vidas pela areia da PBC, e de sinalização na água são considerados condição: “[...] ideal para famílias tanto com crianças grandes, como pequenas” (Avaliação 128, 2017). A partir de relatos como este, torna-se possível identificar a

concepção, por parte dos turistas que realizaram a avaliação na plataforma, da imagem da PBC como um “ambiente familiar”.

Mesmo com as reformas em atraso na orla **é uma praia para a família**, calma, com boa cobertura de guarda vidas, infraestrutura razoável faixa de areia boa, segura. Existem alguns problemas de alagamento quando chove, mas não chega a ser um caos. **Praia recomendada para quem quer curtir com a família** (Avaliação 163, 2016 – grifo nosso).

A preferência por viagens coletivas/familiares se apresenta como característica do turismo de massa na PBC conforme observado a partir da percepção dos turistas que fazem o uso temporário da areia da praia e do calçadão. Da mesma forma, se manifesta em grande parte dos relatos dos segundos residentes esse caráter familiar das viagens realizadas a Caiobá.

Bom, vínhamos uma vez a cada dois meses. A minha família vinha a cada mês. Eu sempre sonhei em morar aqui, até mesmo porque a minha família vinha bem mais do que eu, eu não tinha tempo para vir, meu trabalho sempre foi muito envolvente e realmente não me sobrava nem finais de semana para vir aqui (Informante 12, 2019).

Eu venho praticamente mais no inverno, ainda que no verão eu passe alguns dias aqui e às vezes vem o meu irmão, os meus sobrinhos e netos, a gente passa aqui, com a família grande (Informante 10, 2019).

O uso das segundas residências pelos proprietários se dá de forma coletiva, sobretudo, familiar. Grande parte dos segundos residentes relatam que a família frequentava o município de Matinhos e o balneário de Caiobá, antes mesmo da aquisição da segunda residência. Ainda que grande parte dos proprietários entrevistados optem por não alugar seus imóveis, os relatos apontam para a recorrência da prática de emprestar/ceder as segundas residências a familiares ou amigos.

Tal cenário, de viagens coletivas/familiares, observado no cotidiano turístico na PBC, apresenta-se como característica do fenômeno do turismo de massa desde seu primórdio. Inicialmente, como forma de lazer organizado, utilizado como meio de controle do indivíduo e que na atualidade assume novos contornos. No período considerado o início do turismo nos moldes contemporâneos as viagens em grupo eram realizadas como forma de controle do tempo ocioso dos trabalhadores das indústrias (URRY, 2001).

A partir dos resultados observou-se que no cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá tal característica se manifesta de forma significativa. Os grupos de turistas são observados no cenário, bem como os depoimentos dos segundos residentes e as avaliações representam a apropriação da praia por estes grupos compostos, em sua maioria, por familiares e amigos. Para Krippendorf (2003), a partir da década de 1960 alguns aspectos contribuíram intensamente para a construção do cenário positivo para as viagens realizadas de forma coletiva, como o avanço dos meios de transporte.

Contudo, essa característica do fenômeno do turismo de massa se intensifica a partir dos anos 2000, como o crescimento significativo da indústria automobilística que possibilitou aos turistas viajar em grupos. Ainda que no contemporâneo as viagens em grupo ocorram de maneira distinta do modo como ocorriam no século XX, a viagem coletiva é característica central do turismo de massa e se manifesta de forma significativa no cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá.

3.1.2 – O PODER DE CONSUMO DO TURISTA E DO SEGUNDO RESIDENTE NA APROPRIAÇÃO DA PBC

Nesta subseção, serão apresentados os resultados da pesquisa que apontam a idealização do turista de massa que frequenta a PBC. Ou seja, quais valores e condutas o turista deve representar para ser socialmente identificado como ser turista.

No início do período de observação do cotidiano turístico da PBC manifestou-se o questionamento sobre as características do turista que frequenta a areia da praia e o calçadão. Identificou-se que o cenário da areia da PBC está destinado a dois atores do fenômeno turístico: os turistas e os trabalhadores do turismo. Possivelmente, por este motivo, a presença da pesquisadora em campo causou certo desconforto aos turistas.

Passam por mim um grupo de turistas, carregando cadeiras de praia, guarda-sol e uma caixa térmica. Os olhares são curiosos, pareço-lhes uma estranha, não faço parte do grupo “turistas”. Não trajo roupa de banho, carrego uma mochila e o caderno de anotações (Caderno de campo, 07/02/2020 às 11:35).

Hoje estou trajada de maneira mais semelhante à dos turistas, com uma bermuda e a parte de cima de um biquíni. Os olhares são menos curiosos, exceto pelo fato de portar um caderno e uma caneta, o que lhes causa estranheza (Caderno de campo, 08/02/2020 às 15:30).

Hoje estou trajada como uma típica turista, biquíni, saída de praia, óculos de sol e uma pequena bolsa térmica onde carrego água gelada para me hidratar nesse dia tão quente e ensolarado. Exceto pela ausência de guarda-sol e cadeira de praia, o que me difere dos turistas é o caderno de campo e a caneta (Caderno de campo, 09/02/2020 às 11:25).

As regras de conduta no ambiente da areia da PBC são distintas em relação a quem é considerado turista e quem não possui tais atributos. A vestimenta manifestou-se como um aspecto consideravelmente significativo. Contudo, o fato da pesquisadora não se apresentar trajada como uma típica turista, com roupas de banho - biquínis ou maiô, não causa tanta estranheza quanto o fato de estar escrevendo, em diário de campo, na areia da praia. Possivelmente, tal estranhamento esteja no fato de que um caderno e uma caneta não remetem ao ócio e ao lazer.

Ao longo do período de observação, tornaram-se evidentes os padrões dos turistas que estão na areia da praia. O turista está em seu lugar de lazer, ou seja, a dinâmica deste espaço deve ser oposta à da vida cotidiana, assim como, os trajes e as atividades realizadas. Durante a cena diurna na areia da PBC, as regras de conduta dos indivíduos considerados turistas se mostram opostas às de indivíduos que estão na condição de trabalhadores do turismo. Desta forma, identificou-se a existência de normas que se apresentam na areia da praia para quem é turista e para quem não é.

Observo um grupo composto por três turistas mulheres chegando na areia da praia. A meu ver, trata-se de uma mãe com suas duas filhas adolescentes. Chegam carregando cadeiras de praia, um guarda-sol e um bolsa de onde tiram um tecido e estendem na areia praia. As duas jovens tiram suas bermudas e camisetas e se apresentam em seus trajes de banho. A mulher mais velha, supostamente a mãe das meninas, permanece sentada em uma cadeira enquanto suas filhas seguem em direção ao mar. Ao lado dela, está instalado outro grupo de turistas composto por duas mulheres, uma com aproximadamente 40 anos e a outra uma senhora idosa. Do ponto onde observo, é possível ouvir que esses dois grupos iniciam um diálogo. Se apresentam, e no decorrer da conversa, consigo ouvir a primeira turista, supostamente mãe das duas jovens, afirmando ser moradora da PBC e não turista. Tal fato me causa certa estranheza, já que neste ambiente da praia, observo como turista todo e qualquer

indivíduo que não está na condição de trabalhadores do turismo (Caderno de campo, 12/02/2020 às 14:30).

Desta forma, torna-se possível analisar que no cenário da areia da praia o perfil do turista está circunscrito àquele indivíduo que, exclusivamente, está se apropriando do espaço para fins de ócio e de lazer. Neste contexto, o indivíduo observado na condição de turista se apropria destes espaços com base em regras típicas. Tais condutas estão relacionadas à realização de atividades voltadas ao descanso e ao prazer. A Figura 14, ilustra esta cena diurna de apropriação da areia por parte dos turistas.

FIGURA 14: TURISTAS NA BEIRA-MAR DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2016.



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br/Profile/919brunoo/Photo/181458010?tab=photos>

No calçadão da PBC outros aspectos tornam-se evidentes de forma distinta à observada na areia da praia. Na cena diurna do calçadão observam-se três tipos de turistas: aqueles turistas que praticam alguma atividade física ou esporte; turistas que estão saindo da areia da praia e fazem o uso do calçadão para deslocamento, carregam os equipamentos utilizados na areia; por fim, aqueles que saíram de casa afim de caminhar a passeio pela extensão do calçadão, típicos consumidores dos quiosques e lojas instaladas ao longo de todo o percurso, algumas delas em feiras de verão.

No calçadão o ato de consumir se apresenta de forma mais intensa, visto que, há maior disponibilidade de produtos e serviços destinados aos turistas. Ainda que seja possível observar distinções nas regras de conduta dos turistas, a diferença de poder aquisitivo dos turistas torna-se mais evidente no calçadão.

Observo um grupo de turistas formado por um homem e uma mulher, possivelmente um casal devido à aliança que ambos utilizam. Aparentam possuir entre 50 e 60 anos de idade. Praticam caminhada em um ritmo mais acelerado, no calçadão. Fazem uso de roupas esportivas de marca, os tênis também são de marcas famosas, usam acessórios como bonés e relógios. A mulher faz uso de um relógio que chama bastante atenção, de cor dourada, brilha muito sob a luz do sol, parece ser algum metal precioso como ouro. Os dois mantêm postura ereta, e aparência de um casal de alto poder aquisitivo, com expressões sérias, caminham como se o sol e o calor extremo não os atingissem. Parecem escolher um período em que o calçadão esteja vazio para prática do exercício (Caderno de campo, 08/02/2020 às 14:30).

Ainda que não estejam consumindo, no calçadão outros elementos diferentes dos observados na areia da praia se mostram importantes para a compreensão do poder de consumo do turista que frequenta a PBC. Da mesma forma, tal aspecto se apresenta em grande parte das avaliações realizadas pelos turistas na plataforma do *Tripadvisor*. Os turistas consideram a Praia Brava de Caiobá como "bem frequentada" por turistas jovens e por "gente bonita".

Para o lado direito, está Caiobá - Praia brava e praia mansa. A brava não é tão brava assim, melhor que a faixa de mar aberto (que é bem brava e tem um canal, não dá para se aventurar). **Caiobá é mais elitizada, gente bonita.** Vale a pena conhecer. Atravessando de ferry chega a Guaratuba, uma praia paranaense bem bonita (Avaliação 192, 2014 – grifo nosso).

Por outro lado, alguns turistas avaliam a PBC como um lugar que costumava ser bem frequentado. Perdeu o glamour de outras épocas" (Avaliação 226, 2017). Tal característica, pode ser analisada a partir da percepção dos segundos residentes, que possuem uma visão histórica do uso deste espaço. A narrativa dos segundos residentes destaca uma mudança de perfil dos frequentadores. Em seu olhar, desde os primeiros anos em que

frequentavam a PBC a mudança no perfil dos frequentadores indica a popularização da praia.

Acho que aqui já existiu um período que era de um público mais elitizado, hoje já na temporada não se consegue vir aqui em função do acúmulo de pessoas, ou seja, popularizou (Informante 3, 2019).

Caiobá realmente era a elite de Curitiba, só ali que tinha muito acesso, hoje não, você vê pessoas de todas as classes sociais, acho que está bem mais (informante 5, 2019).

Aqui na praia brava, eu acho que é mais equilibrado, acho que tem essa mistura maior de classe financeira. Para o lado dos balneários é mais é um pessoal que é mais de classe média para baixo porque lá é mais barato, então as pessoas têm condição de comprar algum apartamento, uma casa lá para região dos balneários porque é mais barato. Aqui, os apartamentos são mais caros, então, compra o apartamento mais caro quem tem mais condições, então, por isso que fica essa diferença (Informante 9, 2019).

Segundo os relatos, a PBC passou por um processo de popularização e passou a receber um fluxo mais intenso de turistas durante os meses de alta temporada turística: “[...] muita gente e a gente que mora aqui, que paga os impostos daqui, não consegue utilizar na temporada” (Informante 03, 2019). Tal aspecto se mostrou relevante sendo frequentemente mencionado pelos segundos residentes, tendo em vista não se identificarem como turistas, pois mantêm um sentimento de pertença em relação ao local²⁴. Ao se referirem aos turistas é sempre de uma maneira distante, como se os turistas fossem os outros.

Claro que as pessoas procuram as pessoas mais ou menos do seu nível, a gente não gosta de falar isso, porque o pessoal achava que as pessoas que frequentavam Matinhos e principalmente Caiobá, eram pessoas ricas. Realmente, tinha gente que ia até de joia, há uns 30 anos atrás, de corrente de ouro, pulseira de ouro, hoje, como eu falo, não dá para andar mais assim na praia. A gente nota assim que é mais pessoa que tem esse olhar de inclusão, a gente não faz mais essa diferença, **a gente acha que todos são bem-vindos, e eles são bem tratados**, eu acho que em Matinhos o pessoal é muito bem tratado, sabe, apesar de existir isso, eu acho que esse discurso da inclusão, de você receber bem as pessoas em todos os lugares. Porque é todo mundo igual ali, a gente vai comprar lá, nos botequinhos que vendem coco, vai lá no churrasquinho de gato e tal,

24 Cabe ressaltar que os segundos residentes entrevistados tinham relação com a região de Caiobá desde a década de 1980, portanto, existe significativa familiaridade com a praia.

mas fica todo mundo ali na areia, **na areia todo mundo é igual**. Entende?! Não dá para fazer essa distinção! Na sorveteria, onde a gente entra a pessoa já diz “nossa, faz tanto tempo que vocês não aparecem” então isso é um acolhimento que eles estabelecem com as pessoas que frequentam sempre, **claro que com os turistas é mais difícil, mas os turistas sempre estão encantados** (Informante 13, 2019 – grifos nossos).

O fato de possuir uma residência na localidade, ainda que de uso ocasional, faz com que os segundos residentes não se identifiquem como turistas. De maneira oposta, ao se reconhecerem como moradores almejam que os residentes permanentes do município de Matinhos assim os reconheçam. A partir deste ponto de vista, a idealização do ser turista está na posição física dos turistas, ou seja, daqueles que estão na areia da praia ou no calçadão, os que estão consumindo produtos turísticos e que demonstram possuir poder aquisitivo para tal.

Segundo a teoria da representação social de Goffman (2007), o indivíduo quando está face a face com outro indivíduo ou com um grupo, tende a representar um papel, sobretudo, quando sua presença influencia um grupo em particular. Essa representação é socializada, ou seja, o ator apresenta a sua plateia uma impressão de valores sociais que atendam às expectativas da sociedade em que é apresentada.

A representação idealizada do ser turista analisado na Praia Brava de Caiobá aponta esse sujeito, ator da prática cotidiana turística, detentor de um certo poder de consumo, e, que possuem determinadas regras e valores para serem aceitos na condição de turista. A representação deve ser orientada com base no que Krippendorf (2003), denomina como os “valores de ter”, uma vez que, o turista é o ser que consome, em diferentes âmbitos, o espaço da Praia Brava de Caiobá.

3.2 – COMPORTAMENTO DOS TURISTAS E DOS SEGUNDOS RESIDENTES NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ

As características do turismo de massa na PBC apresentadas na seção anterior, levaram em consideração algumas regras e condutas específicas para a condição do ser turista. Nesta seção, serão apresentados os principais comportamentos dos turistas e dos segundos residentes que participam do

cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá. Inicialmente, serão abordados aspectos relacionados a elementos que indicam momentos de descontração e liberdade e, que identificam o turista de massa. Na segunda subseção, serão apresentados os comportamentos dos turistas que evidenciam a reprodução de hábitos e condutas da vida cotidiana.

3.2.1 – FACHADA DE DESCONTRAÇÃO E LIBERDADE

O turista, quando está no destino da viagem, tende a se comportar de forma distinta daquela do dia a dia do trabalho, da rotina, da vida cotidiana. No cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá, observou-se que o ser turista se despe das formalidades, das pressões cotidianas, do cumprimento de prazos e metas assumindo postura de descontração e liberdade.

Na areia da praia, observa-se que os trajes dos turistas são compostos, majoritariamente, por roupas de banho como biquínis, maiôs, bermudas d'agua, sungas, chapéus e bonés, cangas, saias e vestidos, saídas de praia, óculos de sol. As estampas florais em tons quentes que remetem ao verão foram frequentemente observadas, da mesma forma que, se destacaram as cores *neon*²⁵. Assim como as cores, os cortes e os tecidos²⁶ dos trajes observados na areia da praia, ilustram o sentimento e anseio, por liberdade.

Além da vestimenta, a disposição física dos corpos dos turistas, bem como os gestos e expressões, são elementos importantes na concepção da fachada de descontração e de liberdade. Afinal, condutas adotadas na areia da praia se diferenciam da vida cotidiana, e, tal cenário torna-se espaço para quebra dessas regras. No cotidiano turístico da PBC é possível observar que os turistas se permitem realizar atividades extraordinárias em relação ao contexto do cotidiano do trabalho.

Do ponto onde estou é possível observar duas jovens, de aproximadamente 30 anos, trajando roupas de banho, que permanecem sentadas em cadeiras de praia. Ainda que o sol e o calor estejam fortes, as duas permanecem na areia da praia sem o

25 Versões vibrantes e extremamente brilhantes de cores primárias e secundárias, como rosa, laranja, verde e amarelo.

26 Cortes que expõem mais partes do corpo dos turistas e tecidos mais finos, por vezes transparentes, que se diferenciam dos trajes observados nos grandes centros urbanos.

uso do guarda-sol. Na sequência, se aproxima delas um garçom de algum dos quiosques dispostos no calçadão. Ele está carregando um prato de comida, aparentemente uma porção de frutos do mar. Elas recebem o prato, após uma delas pagar a conta com um cartão o garçom se retira. As duas então servem-se do prato e o sol a pino não parece as incomodar, nem mesmo a areia e a dinâmica dos turistas à volta. Elas seguem se alimentando (Caderno de campo, 08/02 às 14:50).

Durante a cena diurna na areia da PBC, os grupos de turistas se revezam em diferentes atividades. Alguns permanecem deitados, em cangas ou cadeiras de praia, com objetivo de bronzear a pele com banho de sol. Outros permanecem no mar, alguns caminham pela beira do mar, molhando os pés nas águas. Outro aspecto comumente observado na cena diurna na areia da praia, trata-se do consumo de bebidas alcoólicas por grande parte dos grupos de turistas. Majoritariamente, essas bebidas são consumidas de dentro das caixas térmicas trazidas pelos turistas para a areia da praia. Além disso, os grupos de turistas carregam aparelhos de som portátil e ouvem músicas durante sua estada na areia.

Os turistas se revezam entre entradas no mar e permanecer sentados na areia. O calor agora está um pouco mais ameno e a brisa gelada que vem do mar refresca a pele. A maioria dos grupos de turistas possui uma caixa térmica dentre seus utensílios, acredito eu que seja para o armazenamento de bebidas e alimentos que serão consumidos durante o dia na areia da praia. O consumo de cervejas em latas é recorrente na maioria dos grupos, além das caixas portáteis de som de onde é possível ouvir diferentes estilos musicais, com maior frequência o funk, sertanejo universitário, pagode e música eletrônica (Caderno de campo, 15/02/2020 às 16:05).

A cena supracitada é característica do cotidiano turístico na areia da PBC, sobretudo no período diurno. Igualmente, tais condutas de descontração dos turistas são observadas no calçadão. Tal cenário se torna espaço para caminhadas noturnas, ponto de encontro entre grupos jovens, passeios familiares, prática de esportes, entre outros. O ritmo lento dos corpos dos turistas, bem como os trajes comumente observados neste ambiente, revela momentos de despreocupação e relaxamento.

Também é possível diferenciar os turistas que fazem o uso do calçadão para passeio, estes caminham como se flutuassem, deixam os corpos bastante soltos ao caminhar e possuem semblante despreocupado. Fazem uso de vestimentas aparentemente limpas

(em relação aos trajes de banho normalmente sujos com areia da praia), assim como seus corpos (cabelos, etc.), sem suor, peles e roupas frescas. Um grupo de turistas, sendo duas mulheres e dois homens que aparentam ter aproximadamente 40 ou 50 anos conversam calmamente enquanto caminham pelo calçadão (Caderno de campo, 06/02/2020 às 18:35).

A cena descrita é observada com maior frequência no período noturno quando a temperatura está mais amena, permitindo os passeios no calçadão. Os turistas que passam pelo calçadão, em ritmo desacelerado, caminham aparentemente sem destino, observam e comentam sobre os edifícios da orla ou sobre as marquises e vitrines das lojas.

Estou sentada agora em um dos bancos de madeira dispostos no calçadão. Observo um grupo de aproximadamente dez turistas, de diferentes idades, incluindo crianças, aparentemente muito agitados e animados, caminham no calçadão em direção à frente da sorveteria D'Vicz (ponto de maior fluxo turístico). Caminham e dançam formando uma espécie de fila, o homem que lidera o grupo está posicionado na frente dos outros turistas, carregando um aparelho portátil de som, com um volume consideravelmente alto, tocando sertanejo universitário, enquanto os outros turistas dançam e cantam (Caderno de campo, 14/02/2020 às 20:15).

Assim como os grupos de turistas passam despreocupados com tempo no calçadão, na Avenida Atlântica os carros passam com velocidade bastante reduzida. Grande parte dos turistas que estão dentro dos carros permanecem com as janelas abertas, com os olhos em direção ao mar. Outro comportamento característico dos turistas, frequentemente observado, refere-se ao uso de patinetes e bicicletas elétricas, bem como de carrinhos de passeio. Tais equipamentos de transporte, observados nas cenas diurna e noturna, são comercializados como serviços turísticos no calçadão da PBC.

Em frente ao ponto de onde observo está instalado um *container* da Copel²⁷ onde alugam bicicletas e patinetes elétricos com pagamento via fatura da conta de energia. Os turistas curiosos e sedentos por novidades participam. Com frequência é possível avistar uma bicicleta ou patinete de cor laranja passando pelo calçadão. Estes, dividem o espaço da ciclo faixa do calçadão, com aqueles carrinhos/bicicletas de quatro lugares (Caderno de campo, 15/02/2020 às 14:00).

27 Companhia Paranaense de Energia.

Os turistas observados vislumbram o calçadão e a beira-mar da PBC como espaços destinados à representação de uma fachada pessoal de descanso, de ócio e de relaxamento. Segundo Goffman (2007), a fachada pessoal refere-se a elementos que identificam o ator como a vestimenta, a idade, o gênero, características físicas, raciais e de aparência, expressões e gestos faciais e corporais, e que, naturalmente o acompanham onde for.

Tal comportamento de liberdade e de descontração por parte do turista no destino trata-se de uma conduta característica e decorre da motivação egocêntrica do ser turista. Ou seja, o turista “não precisa mais atentar para certas normas [...] pouco importa o que os outros vão pensar... ele pagou, não é mesmo?” (KRIPPENDORF, 2003, p. 55). O comportamento do turista ou segundo residente observado no cotidiano da PBC representa a ruptura de padrões comportamentais específicos do ambiente do trabalho.

A fachada pessoal observada nos turistas que participam do cotidiano turístico na Praia Brava de Caiobá expressa a descontração e a liberdade que o ator, durante a representação do ser turista, anseia neste cenário. Em contrapartida, na busca por relaxamento, por liberdade e por descontração, o turista inevitavelmente reproduz hábitos característicos da vida cotidiana.

3.2.2 – FALSA COMPENSAÇÃO

Outra característica do comportamento dos turistas analisados na Praia Brava de Caiobá retrata a falsa ideia de compensação proposta sob a lógica do turismo de massa. O turista viaja em busca do relaxamento e descanso necessários à dinâmica do trabalho, dos compromissos, das obrigações da vida cotidiana. Todavia, os hábitos e condutas dos turistas no destino refletem o seu comportamento e estilo de vida diários, ainda que ocorram de maneira distinta.

Na areia da PBC, os grupos de turistas começam a chegar já nas primeiras horas da manhã. Instalam-se na areia com todos os utensílios citados anteriormente, cadeiras de praia, guarda-sol, caixas térmicas, entre outros, que indicam possivelmente um longo período de permanência na areia da praia. No período entre as 08:00 e 11:00 horas da manhã observa-se maior intensidade

no fluxo de turistas chegando à areia da praia. Os grupos instalam-se na areia, e organizam todos os equipamentos neste espaço de forma a conceber uma estrutura básica para a permanência no decorrer do dia, conforme Figura 15. É possível observar que se organizam para abandonar o local no período entre 11:30 e 14:00 horas. Tal conduta, se dá neste período específico em decorrência da alusão ao horário de almoço típico do cotidiano do trabalho²⁸.

FIGURA 15: O COTIDIANO TURÍSTICO NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2019.



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br/Profile/Laertes9959/Photo/370515004?tab=photos>.

Consequentemente, no período supracitado, os restaurantes, quiosques e lanchonetes dispostos no calçadão passavam a apresentar maior demanda. Da mesma maneira que, após as 14:00 horas, paulatinamente, volta a ser intenso o fluxo de turistas na areia da praia. Observou-se que, muitos grupos de turistas permanecem na areia da praia durante todo o período

²⁸ Cabe destacar que existe um tempo baseado no relógio fabril, que se difere do relógio biológico, ou seja, o horário destinado ao almoço está relacionado ao tempo da fábrica e do trabalho.

diurno, ao passo que alguns se retiram no horário do almoço, outros grupos permanecem e, por muitas vezes, se alimentam na areia da praia.

Aproxima-se das 11:00 horas, perto do horário de almoço, um grupo de turistas composto por um casal de idosos (homem e mulher), duas crianças e uma e uma mulher mais jovem, de aproximadamente 35 anos, permanecem sentados em cadeiras na areia da praia. A mulher boceja, suas expressões faciais retratam o cansaço, como se estivessem naquele mesmo lugar da areia da praia há um período relativamente longo. Os adultos observam desanimados as duas crianças brincarem na areia. A mulher boceja novamente, e passa a mão em seus olhos como se quisesse mantê-los abertos. Em uma possível tentativa de fugir do tédio, as duas mulheres se levantam e caminham em direção ao mar, enquanto o homem permanece sentado (Caderno de campo, 07/02/2020 às 11:00).

A cena descrita acima retrata o anseio dos turistas por desfrutarem do espaço da areia da praia o máximo de tempo possível. Desta forma, se instalam justamente com todo o equipamento e estrutura necessária para tal conduta. Somente a partir das 17:00 horas o cenário da areia da praia e do calçadão se transformavam. No período das 17:30 às 19:00 aproximadamente, é possível observar que os grupos de turistas passam a desocupar o lugar. Como numa espécie de ritual, os turistas se organizam, desmontam as barracas e guarda-sóis, guardam seus utensílios, reúnem-se o grupo todo, no mesmo ponto de partida, e, seguem em direção ao calçadão.

A partir das 18:35 horas, aproximadamente, o calçadão começa a ficar mais movimentado. É possível observar turistas caminhando, praticando esporte ou alguma atividade física, passeando de bicicleta, patinete, skate, etc. O calor está mais ameno, as árvores do calçadão estão paradas, o que indica que não há vento nem brisa para refrescar. Isso torna os corpos dos turistas que estão praticando alguma atividade física mais vermelhos e mais molhados de suor (pele, roupas e cabelos). Próximo às 19:00 horas começa a anoitecer, o céu passa a ficar escuro e as luzes dos postes dispostos no calçadão começam a acender, agora os turistas começam a frequentar mais o espaço do calçadão (Caderno de campo, 20/02/2020 às 18:30).

Os grupos passam então a trafegar pelo calçadão em direção, presumivelmente, ao lugar onde estão hospedados a fim de se prepararem para voltar à orla da PBC no período noturno, ocupando outro espaço que não a areia da praia e sim o calçadão. O cenário da PBC se modifica à medida que o período noturno se impõe.

Uma das principais práticas dos turistas observadas neste período, refere-se aos exercícios e atividades físicas, realizadas, sobretudo, de forma individual. A prática de exercícios físicos se entende do período das 17:30 às 20:00 horas aproximadamente. A areia da praia torna-se inteiramente desocupada. A cena noturna da Praia Brava de Caiobá ocorre, majoritariamente, ao longo da orla, compreendendo o calçadão e os estabelecimentos dispostos à beira da Avenida Atlântica.

O comportamento do turista no cotidiano turístico observado na Praia Brava de Caiobá retratado nesta seção reflete a falsa noção de compensação característica das viagens sob a lógica do turismo de massa. Ainda que, não tenham a obrigação do horário regrado, das imposições do trabalho, do cumprimento de horários para chegada à areia da praia, para o intervalo de almoço, ou mesmo na busca pela permanência na PBC pelo maior tempo possível, os turistas reproduzem condutas rotineiras, conformando uma rotina turística, um cotidiano turístico.

A partir dos resultados apresentados nessa seção é possível identificar a existência de uma rotina turística, pois o turista tende a reproduzir práticas cotidianas durante o período destinado às viagens. Observa-se que há o cumprimento de horários específicos para cada atividade a ser realizada no destino, a meta torna-se o aproveitamento máximo das férias. Segundo Krippendorf (2003), as viagens e as férias conforme a lógica do turismo de massa, não trazem o repouso necessário, ou, a reconstituição do indivíduo. Contrariamente, a alienação e a reprodução de práticas cotidianas durante o período ocioso, frequentemente, geram estresse e insatisfação.

3.3 – PERSPECTIVAS DO COTIDIANO TURÍSTICO NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ

A cena turística observada na Praia Brava de Caiobá ocorre, essencialmente, na areia da praia e no calçadão. A imagem construída em relação aos espaços praianos está diretamente relacionada a elementos físicos do cenário, a cor do mar, a areia limpa e branca, o céu azul e ensolarado. Além disso, os turistas percebem aspectos físicos relacionados ao cenário turístico a partir de características similares a do local de residência. Ainda que haja essa

familiaridade com o ambiente da PBC, a experiência turística se manifesta de forma superficial. Nessa essa seção, a observação, assim como as avaliações e os depoimentos e dos segundos residentes retratam tal construção característica do turismo de massa.

3.3.1 – O SOL, O MAR E A AREIA DA PRAIA: A IMAGEM CLICHÊ DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ

O dia na areia da praia inicia concomitantemente aos primeiros raios de sol, encerrando ao passo que o sol se põe. Durante o período de observação identificou-se que os dias de maior fluxo turístico na areia da praia eram os dias de temperatura alta e sol a pino. Ainda que o alvorecer seja chuvoso, no primeiro sinal de estiagem os turistas passam a irromper na areia da praia, o que ocorre de maneira vertiginosa.

A meu ver, o clima não está muito agradável para um banho de mar, o céu está nublado e venta forte, o que faz com que a temperatura esteja relativamente baixa. Contudo, isso não impede que turistas usufruam do mar. Agora, uma garoa fina e gelada começa a cair, fazendo com que eu busque me abrigar em um quiosque no calçadão de onde tenho vista privilegiada da areia da praia. É possível observar que, alguns turistas parecem incomodados com a condição do clima e se organizam para retirar-se da areia. Outros grupos preferem permanecer e buscar abrigo em suas tendas e guarda-sóis. Estes parecem ter a esperança de um momento de estiagem novamente. Próximo às 11:00 horas, a chuva diminui e outros grupos de turistas começam a chegar de forma quase que instantânea e instalam-se na areia da praia (Caderno de campo, 07/02/2020 das 09:30 às 11:00).

Consequentemente, nos dias ensolarados a areia da praia torna-se inteiramente ocupada por turistas, diferentemente dos dias nublados e/ou chuvosos. Presumivelmente, este é o cenário perfeito para as férias, o fato de estar à beira mar só se dá plenamente nos dias em que o sol compõem esta paisagem. Tal fato indica que o turista busca vivenciar na PBC uma experiência pré-concebida em relação à praia.

As avaliações dos turistas na plataforma do *Tripadvisor* ilustram esta cena, os termos frequentemente utilizados remetem às condições do mar e da areia da praia. Em relação ao mar, os turistas consideram as águas agitadas e a formação das ondas, a transparência e a temperatura da água. A ausência

de lixo na areia, a extensão da faixa de areia, bem como, sua cor branca, são aspectos frequentemente mencionados pelos turistas.

Praia que conta com muitas ondas e que permite banhos com muitos movimentos de mergulhos entre as ondas. Ideal para quem gosta de agito e diversão dentro da água. **Conta com uma enorme faixa de areia, onde os turistas podem jogar, brincar e tomar seu banho de sol com tranquilidade** (Avaliação 69, 2014).

De brava é só o nome! **A praia é calma, a areia é limpa e a faixa é bem grande.** Ótima para as crianças brincarem. Cabe tendas e sobra espaço. Lugar muito bom, calmo e um ótimo calçadão cheio de quiosques beira mar. Também há bares, restaurantes, farmácias, sorveterias. Recomendo! (Avaliação 70, 2014 – grifos nossos).

Ainda que, alguns turistas considerem as ondas do mar como ideias para o banho, outros avaliam como inapropriadas devido a agitação do mar, tais aspectos físicos do cenário da PBC aparecem em grande parte das avaliações. É possível identificar a ocorrência de termos que aludem a estes elementos a partir da nuvem de palavras apresentada na Figura 16. Observa-se que a maior frequência nos textos das avaliações está associada à palavra “praia”, seguida das palavras “bom”, “mar” e “areia”.

É possível identificar também outros termos frequentemente utilizados pelos turistas no texto das avaliações e que, remetem às condições físicas da PBC. Os termos “limpo”, “bonito”, “bravo”, “onda”, “agitado”, “água”, “faixa” se apresentam de maneira recorrente nas avaliações. A palavra “sol” também aparece nos textos, ainda que, em menor quantidade, visto que o tamanho do termo dentro da nuvem de palavras é relativamente menor que os citados anteriormente.

muito, porque é o diferente. É praia, mas não é lotada, é outra coisa. É uma praia que é sua né (informante 8, 2019 – grifos nossos).

A Praia Brava de Caiobá é considerada pelos segundos residentes como uma praia que se diferencia pela sua grande extensão de areia. Ademais, além das características físicas naturais do cenário, aspectos relacionados à construção do calçadão e à disposição dos edifícios na orla da praia, se apresentam de forma significativa nos depoimentos. Os segundos residentes apontam a importância do sol na areia da praia, e, ainda que haja uma concentração significativa de edifícios na orla, estes não projetam sua sombra na areia da praia.

Eu sou uma pessoa que gosto muito de praia, gosto muito de mar, gosto muito desse tipo de beleza natural, então tem muitas coisas que me encantam. **O verde fascina, o contraste com a pedra, o contraste com o mar, com a espuma do mar**, etc. Então são essas belezas, que nós, que eu, principalmente, aprecio muito. Posso te dizer também que eu acho muito bonito, a nossa parte da avenida, que dá o contraste, a praia Brava por exemplo é uma extensão de mar bastante grande, são 3 km mais ou menos, com um espaço de areia bem legal, depois nós temos o calçadão, com circulação de veículos e depois nós temos os prédios, **então eu acho isso uma coisa fascinante, os prédios não são muito próximos da areia, não fazem sombra no mar**, então isso também é uma beleza que é considerável, mesmo não sendo uma beleza natural a construção dos edifícios, mas também acho bonito nesse parte. **E que também foi um dos motivos da escolha daqui a gente sempre idealizou um lugar que tivesse bastante areia para caminhar**, nós gostamos de caminhar, bastante areia para caminhar ou o calçadão também para passear. (Informante 3, 2019 – grifos nossos).

A praia, o mar, a areia e o calçadão se manifestam como os principais atrativos turísticos da Praia Brava de Caiobá, de acordo com a percepção dos turistas e dos segundos residentes. É possível observar que o mar se apresenta como uma das principais motivações da escolha dos segundos residentes em adquirir uma segunda residência na localidade. Tais elementos constituem a imagem clichê construída em relação aos espaços praianos, posto que são frequentemente utilizados na divulgação dos destinos turísticos praianos.

Segundo Krippendorf (2003, p. 43), tais clichês atribuídos aos espaços praianos, ilustrados pela Figura 17, são os mesmos a décadas e são reproduzidos pela indústria cultural, bem como pelas estratégias de *marketing*

para comercialização destes espaços. O mar azul, a areia branca, pôr do sol, palmeiras, turistas bronzeados ilustram as expectativas dos turistas em relação ao destino das férias. Toda esta composição constitui o imaginário de "um universo perfeito demais, artificial, apenas um fragmento, uma montagem que quase sempre está muito distante da realidade".

FIGURA 17: RETRATO DE UMA TURISTA NA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2016.



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br/Profile/Desejan/Photo/183583271?tab=photos>

As expectativas e anseios dos turistas e segundos residentes apresentados ilustram a concepção de uma imagem estereotipada em relação a Praia Brava de Caiobá. Além disso, as percepções de tais atores em relação ao espaço expressam a necessidade de que estes elementos, mar, sol e areia da praia, estejam em plenas condições no cenário para que a experiência na PBC seja satisfatória.

3.3.2 – CENÁRIO CASA

A percepção dos turistas e dos segundos residentes em relação à Praia Brava de Caiobá retratam as expectativas, bem como, a imagem pré-concebida dos espaços praianos. Além disso, elementos relacionados ao cenário turístico apresentam relevância para a compreensão do turismo de

massa na PBC. O cenário casa representa a relação de familiaridade com a PBC, bem como, se manifesta na expectativa do turista e do segundo residente por usufruir de conforto durante a apropriação da praia, pouco se importando se para tanto é necessário artificializar o espaço ou quanta artificialidade é necessária. Nesta subseção, serão apresentados os resultados referentes à percepção dos sujeitos em relação a disposição de estrutura física destinada aos turistas que frequentam a PBC.

Uma das características espaciais do fenômeno do turismo de massa está relacionado à turistificação dos destinos. Ou seja, há construção e disponibilidade de uma estrutura física artificial e, frequentemente, homogênea, que reflete na busca dos turistas por um cenário casa. A expectativa dos turistas em relação à experiência está associada a um grau de conforto, ainda que o destino das viagens seja um ambiente natural constituindo na prática uma não experiência. Tal característica se manifestou de forma relevante para a compreensão do cotidiano turístico na PBC.

Durante o período de observação, identificou-se que ao chegarem na areia da PBC (cena diurna), os grupos de turistas têm predileção por pontos específicos e estratégicos para se instalarem na faixa de areia. Os pontos de maior fluxo turísticos são aqueles onde há disponibilidade de estruturas físicas²⁹ especificamente montadas para construir um cenário composto pelo que se espera encontrar, mas que não constitui o que é natural ou habitual neste espaço.

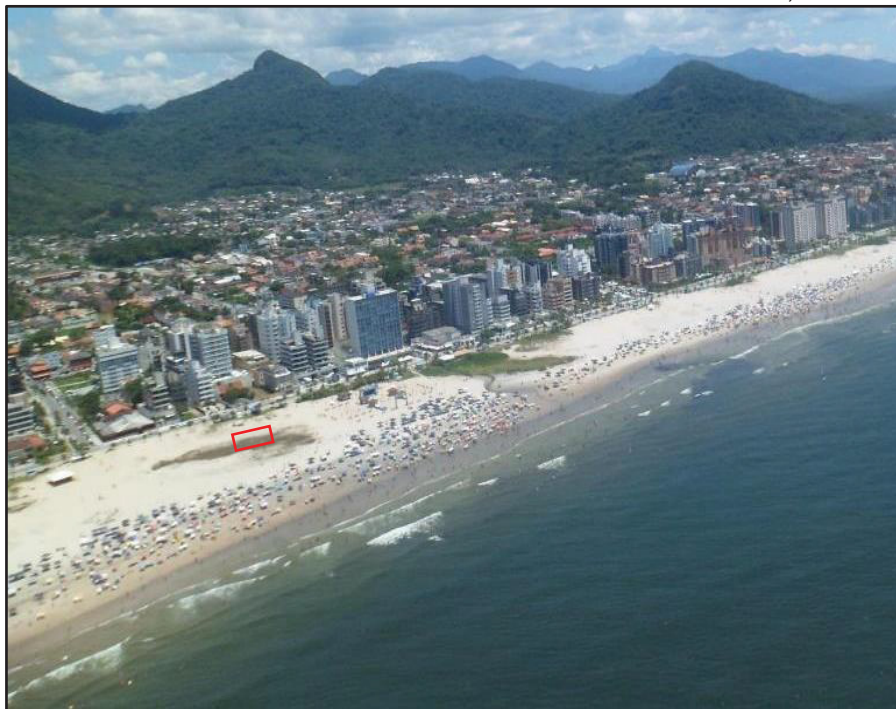
No cotidiano turístico da PBC é possível observar que na areia da praia os grupos de turistas formam núcleos ou conglomerados, privilegiando estes determinados locais. Ainda que, durante o período de alta temporada turística a areia da praia permaneça inteiramente ocupada, é possível identificar fluxo mais intenso de turistas na direção onde está localizada a sorveteria *D'vicz*.

A disposição física dos corpos dos turistas na areia da praia revela que, ao buscarem a PBC como destino, os turistas anseiam por uma estrutura básica que remeta ao conforto e seus lugares de residência. Nos pontos supracitados, observa-se maior disponibilidade de serviços destinados aos

29 Banheiros, chuveiros, postos de informações turísticas, maior concentração de vendedores ambulantes, postos de salva-vidas e quiosques

turistas, como, serviços de segurança pública e de alimentação. A Figura 18, ilustra, a partir de uma imagem aérea da PBC, os agrupamentos de turistas na areia da praia com destaque para as proximidades da sorveteria *D'víc*.

FIGURA 18: IMAGEM AÉREA DA PRAIA BRAVA DE CAIOBÁ, 2015.



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Profile/rocio_jover/Photo/161180839?tab=fotos

Constata-se, ainda que tais estruturas criam familiaridade com o que se espera de um espaço para usufruir das práticas turísticas e de lazer, além dos serviços públicos como o módulo da Polícia Militar do Paraná, e de guardavidas presentes na localidade durante o período da alta temporada turística. Neste contexto, observou-se a disposição de duas grandes estruturas disponibilizados aos turistas por duas empresas de telecomunicações do estado do Paraná.

Na areia da PBC situou-se, durante os meses de verão, a Arena Mundo RIC³⁰. A estrutura disponibiliza aos turistas espaços de esportes, uma biblioteca e um espaço para leitura, massagem, cinema, empréstimo de

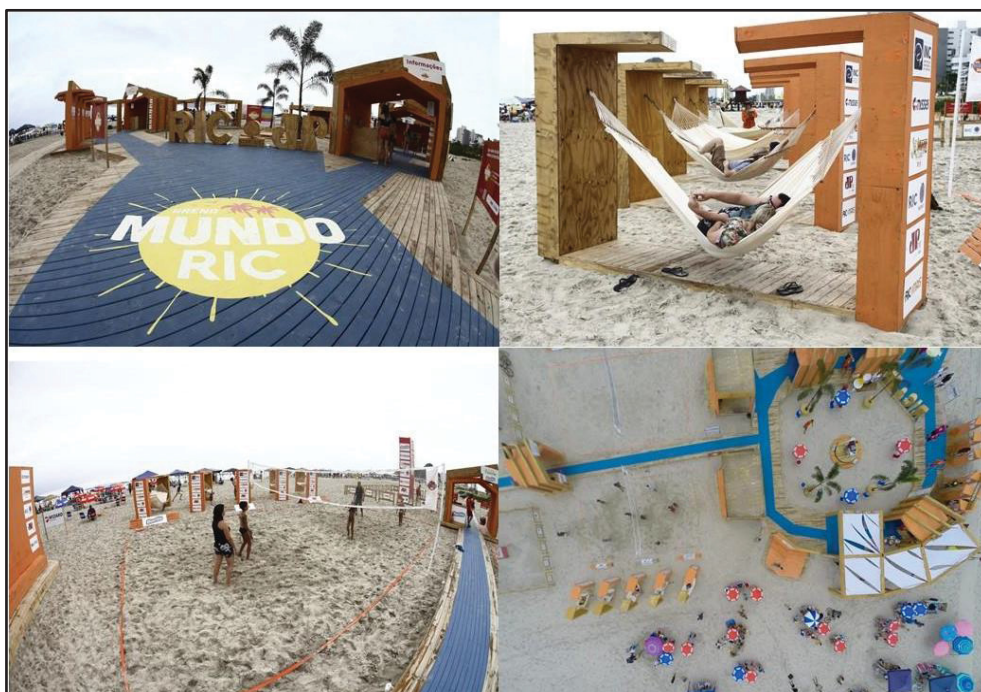
³⁰ Estrutura disponibilizada pela RICTV, sediada em Curitiba (PR).

cadeiras e guarda-sol, entre outros, além de atividades culturais como pequenos shows noturnos.

Aproximo-me da estrutura “Arena Mundo RIC”, observo duas mulheres de aproximadamente 60 anos sentadas lendo um livro no espaço denominado “Relax” que disponibiliza cadeiras e poltronas aos turistas. Observo também um espaço com brinquedos infantis denominado “Espaço Kids”, contudo este é pouco utilizado, as crianças preferem as brincadeiras na areia e os banhos de mar. Observo quatro turistas se aproximando da estrutura, observam com olhares curiosos os espaços, caminham lentamente em torno da estrutura, dão a volta no circuito e se retiram da areia em direção ao calçadão (Caderno de campo, 07/02/2020 às 10:35).

A outra estrutura turística situa-se na areia da praia denominada “Mais Verão”, disponibilizada pela TV Massa, afiliada da TV Globo no Paraná. Tais equipamentos permanecem na areia da praia desde o mês de janeiro até meados do mês de fevereiro. Na cena turística diurna os grupos de turistas se instalam na areia da praia, mais intensamente, próximo à essas duas estruturas.

FIGURA 19: ARENA MUNDO RIC, 2020.



Fonte: <https://ricmais.com.br/noticias/arena-mundo-ric-festa-oficial/>

Na cena noturna, no espaço do calçadão da PBC, observou-se que os grupos de turistas têm a preferência por permanecer próximos aos mesmos

locais de maior fluxo na areia da praia. Neste espaço, no período noturno, há disponibilidade de quiosques no calçadão, bem como, lojas e sorveterias, que atendem turistas até aproximadamente as 23:00 horas. Contudo, o maior fluxo de pessoas ocorre entre as 19:30 e as 21:30 horas.

Os grupos de turistas se concentram em pontos específicos do calçadão. O ponto de maior fluxo turístico é na frente e nas proximidades da sorveteria D'vick. Outro fluxo relativamente intenso está em frente à Avenida Londrina (esquina da UFPR). Após esses pontos, o fluxo é significativamente menor. Nos dois pontos citados encontram-se módulos móveis da Polícia Militar do Paraná (Caderno de campo, 08/02/2020 às 20:00).

Observa-se que, a iluminação do calçadão neste ponto, bem como a presença constante de policiais, oferece maior segurança para as caminhadas noturnas. Além disso, neste espaço do calçadão, em específico, são instalados banheiros públicos e chuveiros. Tais elementos, além da infraestrutura física sanitária e de calçamento, se mostram importantes para a prática turística na percepção dos turistas que frequentam a Praia Brava de Caiobá.

As avaliações realizadas na plataforma do *Tripadvisor* evidenciam tais percepções dos turistas. A partir da análise de similitude, apresentada na Figura 20, é possível observar que, a palavra “calçada” se apresenta de forma mais relacionada com a palavra “ideal”. A palavra “estrutura” é recorrentemente utilizada em conjunto com a palavra “praia”. A palavra “infraestrutura” foi mais utilizada em conjunto com as palavras “mais” e “praia”.

Tais elementos que conferem maior conforto ao turista que frequenta a PBC são indispensáveis para nutrir as expectativas positivamente. Da mesma maneira, estes aspectos se manifestam nos depoimentos dos segundos residentes. Uma das principais motivações para a aquisição de um imóvel na localidade da PBC está relacionada às condições das infraestruturas de acesso, além da proximidade com a residência primária. Nessa linha, os segundos residentes demonstram familiaridade com o espaço da PBC, sobretudo, por tratar-se de um espaço que remete ao espaço de residência primária.

Matinhos não é o local de muitos atrativos naturais, porém, tem uma coisa muito boa aqui, que descemos e aqui encontrávamos aqueles com quem nos relacionávamos em cima, então só isso aí já compensava estar aqui. **Você sabe, continuava em casa** (Informante 10, 2019 – grifos nossos).

A partir da perspectiva dos segundos residentes e dos turistas é possível identificar que o cenário da Praia Brava de Caiobá necessariamente deve assemelhar-se ao que é habitual. Segundo Goffman (2007), assim como a fachada pessoal, o cenário é um elemento indispensável à representação do ator. É composto por elementos fixos que servem como pano de fundo para a representação. A disposição de estrutura física, infraestrutura e serviços turísticos são componentes do cenário turístico na PBC e indispensáveis à representação do ser turista.

Para Krippendorf (2003), ao viajar o turista não deseja abandonar hábitos, ao contrário, anseia pelo mesmo conforto que tem em casa. O fato de sentir-se em casa, é, inclusive, frequentemente utilizado em anúncios publicitários de meios de hospedagem. O turista busca como destino para suas férias, localidades que o possibilitem tal experiência. Desta forma, o cenário turístico da Praia Brava de Caiobá possui pontos específicos que, segundo as percepções dos turistas e dos segundos residentes, se assemelham ou se relacionam com seus espaços de moradia.

A partir da percepção dos turistas e dos segundos residentes identificou-se que o cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá ocorre essencialmente nos espaços do calçadão e da areia da praia. Portanto, é na orla da PBC onde a cena turística se desenrola. Outros espaços, localidades

próximas à PBC ou outros bairros que compõem o município de Matinhos não constituem tal cenário.

Na cena observada na PBC identificou-se que o cotidiano turístico ocorre nos espaços da areia da praia e do calçadão. Estes espaços, conforme mencionado anteriormente, são especificamente frequentados pelos turistas pois apresentam a estrutura física necessária à representação do ser turista. Tal condição, permite que ele tenha à sua disposição serviços e que não necessite se deslocar a outros espaços.

3.3.2.1 A NÃO EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

A outra face desta experiência idealizada e que precisa ser adequada ao ambiente familiar é exatamente o que Krippendorf (2003) chama de “não experiência”. Nesse contexto, pode se destacar a superficialidade da relação que o segundo residente revela, embora fosse esperada relação mais aprofundada desse ator com o espaço. O bairro de Caiobá, onde está inserida a PBC, está situado próximo ao bairro Tabuleiro³², cuja população é composta, majoritariamente, por residentes fixos. A partir dos depoimentos dos segundos residentes identificou-se que concebem uma imagem pré-estabelecida do lugar.

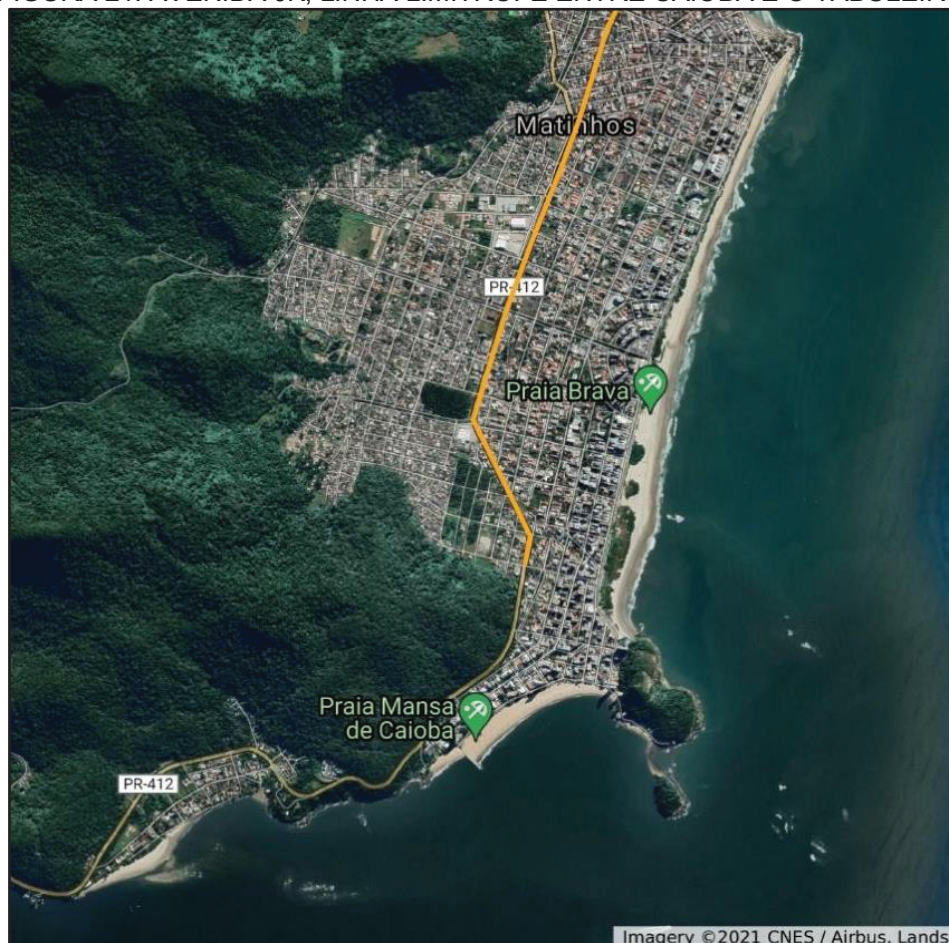
O Tabuleiro a gente não conhece, a gente sabe por ouvir falar, já vimos na televisão, as diaristas são de lá e o que sabemos é que é um lugar de marginalidade, problemas com drogas e de problemas mais graves em relação à segurança mesmo, eu já ouvi falar, não sei se é só uma impressão ruim, mas parece um local de tráfico, violência, essa é a imagem que eu tenho, mas contei porque alguém contou, não que eu tenha ido. **Nós somos muito de mar, areia, sol e nós conhecemos pouquíssimo para trás**, quase que nada, o que a gente utiliza para atrás, a ida em supermercado, a ida em farmácia a ida a cidade de Matinhos para ir em um comércio mais forte, então a gente e não conhece para dentro (informante 03, 2019).

Ao referir-se à localidade como “para trás” o segundo residente faz alusão à direção onde está situado o bairro do Tabuleiro em relação ao mar. Conforme apresentado na figura 21, cuja linha amarela representa a rodovia PR-412, denominada no município de Matinhos como Avenida Juscelino

32 Bairro residencial do município de Matinhos, limítrofe com o bairro de Caiobá.

Kubitschek (JK), apresenta-se como linha limítrofe entre o bairro Tabuleiro e o bairro de Caiobá. Tal referência se apresenta nos depoimentos de forma significativa, tendo em vista que, a dinâmica da vida cotidiana se dá de maneira distinta nestes cenários.

FIGURA 21: AVENIDA JK, LINHA LIMÍTROFE ENTRE CAIOBÁ E O TABULEIRO.



Fonte: organizado pela autora com auxílio do *Google Maps*.

Um dos aspectos frequentemente mencionados nos depoimentos dos segundos residentes está na percepção em relação às condições de vida da população fixa do município. Os segundos residentes percebem os bairros residenciais do município sob uma perspectiva relacionada à violência urbana. Além disso, compreendem o local como fonte de mão de obra para serviços de manutenção e serviços domésticos destinados às segundas residências.

Então... como que chama aquela vila lá? Esqueci o nome daquela vila lá...O Tabuleiro exatamente, por que que o Tabuleiro existe hoje? E ele não existia a 20 anos 30 anos atrás? Por que aqui cresceu, então se aqui cresceu lá também cresceu, por quê? **Tu tens mais trabalho,**

eles têm para quem trabalhar, então você acha que eles iriam ali crescer se ter nenhum rendimento? Então é assim, o tabuleiro nada mais é do que uma consequência do crescimento de matinhos, ponto. E digo o seguinte, onde a riqueza aumenta, aumenta também a pobreza, por que veja o seguinte se no final das contas só a riqueza aumentasse no final das contas quem trabalharia para quem? Ou quem é quem? ... você iria buscar ne? **Por exemplo quando eu preciso de mão de obra, vou aonde?!** Então isso é natural eu acho e claro, muitos falam mal do tabuleiro, eu não posso falar mal do tabuleiro, tem gente que quando preciso vou lá, e aí?" (Informante 11, 2019 – grifos nossos).

A percepção dos segundos residentes em relação aos residentes fixos de Matinhos está fundamentada exclusivamente na condição de destino turístico do município. Ou seja, para que seja possível o período de lazer e ócio dos turistas e dos segundos residentes, evidentemente, faz-se necessário a disponibilidade de trabalhadores vinculados direta ou indiretamente ao turismo, além da infraestrutura física. A partir dos depoimentos, identifica-se a superficialidade da relação dos segundos residentes com o município, os relatos indicam uma visão genérica do espaço.

Sempre que eu preciso de qualquer coisa, é naquela região que eu vou procurar, desde fazer um móvel, precisar de encanador. Precisar de até mesmo o hospital. Não sei bem se o hospital ainda existe, sei que passo lá em frente todo dia que ele funciona, mas não sei de que forma. Então eu vejo a cidade dessa forma. Cidade fantasma. Porque sabe como que é o turista, ele vem, mesmo tendo propriedade aqui, ele se limita a frequentar aquele espaço onde ele conhece, onde ele é conhecido. **Dali a praia, da praia a piscina e vai embora, são dois dias de visita então realmente você não conhece praticamente nada** (Informante 12, 2019 – grifos nossos).

As relações dos turistas, sobretudo os segundos residentes, com a população fixa do município de Matinhos é constituída sob a lógica de comercialização de produtos e serviços, portanto, de funcionalidade. Ainda que se identifiquem como residentes do município, as interações que mantém com os residentes fixos retrata o vínculo hierarquizado das relações sociais com a população permanente.

Então, nossa relação lá com os donos assim, por exemplo, da vizinhança é pequena mas quando se estabelece é legal, tinha um mercado ali do lado do prédio entre a sorveteria ali, aquela farmácia e a nossa quadra, tinha um grande armazém ali, o Sérgio, de noite ele fazia um som ao vivo com gaiteiros, sanfoneiros, violeiros e era um armazém, ele tinha um...Então na verdade a gente estabelece mais amizade com as pessoas que moram no prédio e mais assim, **na**

cidade a gente ficou amigo de alguns comerciantes, porque a gente sempre vai lá comprar coisas [...] (Informante 13, 2019).

A relação mercantil compõe o núcleo das interações entre a população local e a população flutuante do município de Matinhos. Desta forma, torna-se possível a identificação de uma experiência turística que não reflete a realidade do local. O cotidiano turístico na Praia Brava de Caiobá representa as expectativas dos turistas em relação ao destino cuja dinâmica do turismo corresponde à sol e mar. O paraíso, muitas vezes distante da realidade do local, se apresenta como o pano de fundo necessário à representação do ser turista.

O cenário onde se desenvolve o cotidiano turístico na Praia Brava de Caiobá está circunscrito à areia da praia, ao calçadão e ao mar. Tal característica reflete o que Goffman (2007), denominou “região de fachada”, ou seja, o lugar onde a representação do ator é realizada, neste caso, a representação do turista e do segundo residente. A superficialidade da experiência turística observada no cotidiano da PBC decorre dessa limitação do lugar onde o espetáculo do turismo acontece.

Em contrapartida, em direção oposta à “região de fachada” está a “região de fundo”, esses espaços são separados por uma linha que permite que a região de fundo se mantenha isolada da plateia. A região de frente habitualmente tende a ser “bem decorada”, se apresenta em bom estado de conservação, ao passo que a região de fundo costuma ser pouco atraente (GOFFMAN, 2007).

Os resultados apresentados nesta seção representam essa percepção dos turistas em relação aos bairros onde está a população fixa do destino, sobretudo o bairro Tabuleiro, situado na direção oposta da PBC. A Avenida JK compreende a linha que a mantém isolada do público turístico a região de fundo da PBC. Percebida, sobretudo, como lugar onde concentra-se a mão de obra do destino turístico, trabalhadores diretos e indiretos.

A superficialidade da relação entre o turista de massa e os espaços onde a cena turística se dá associa-se à capacidade do fenômeno turístico em transformar esses espaços em objeto de consumo, seja ele material ou simbólico. O cenário casa e não-experiência turística são duas faces dessa

objetificação do espaço da PBC sob a lógica do turismo de massa contemporâneo.

Segundo Krippendorf (2003), a lógica do turismo de massa está diretamente relacionada à soberania da economia como característica da sociedade capitalista. Os valores da sociedade contemporânea estão fundamentados nos “valores de ter”, ou seja, o poder de consumo torna-se o princípio da sociedade. Assim como em outros âmbitos, todas as relações sociais decorrentes do fenômeno turístico contemporâneo estão intrínsecas à lógica do capitalismo vigente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo possibilitou a compreensão da dinâmica do fenômeno do turismo de massa no cotidiano turístico da Praia Brava de Caiobá, município de Matinhos, litoral do Paraná. Especificamente, as principais características do fenômeno, comportamento e percepção dos turistas e segundos residentes que se apropriam do cenário turístico da PBC.

Neste contexto, a presente pesquisa partiu do resgate histórico do turismo de massa, sua origem e desdobramentos, a fim de compreender o fenômeno na atualidade. O conceito de cotidiano turístico como categoria de análise proporcionou a interpretação da forma como as relações são vivenciadas pelos turistas no cenário da praia.

Em relação a categoria magna e as subcategorias definidas tornou-se capaz atingir os objetivos propostos pela presente investigação. As subcategorias de análise definidas *a priori* permitiram compreender a dinâmica do turismo de massa na Praia Brava de Caiobá, sobretudo, em diálogo com as perspectivas teóricas adotadas que se mostraram eficazes no suporte da pesquisa. A partir das subcategorias foi possível identificar características do turismo de massa na PBC, bem como, analisar o comportamento dos turistas que se apropriam desse espaço e compreender a percepção dos turistas de massa em relação ao cotidiano turístico.

A dinâmica de apropriação do espaço da praia por parte dos turistas e dos segundos residentes dita a dinâmica do fenômeno turístico na PBC. A característica das viagens familiares, ou seja, da apropriação do espaço por grupos de turistas, está diretamente relacionada à crescente expansão das classes com ganhos medianos que passaram a desfrutar de um certo poder de consumo.

Os comportamentos dos turistas observados no cenário turístico da PBC refletem a busca por liberdade e pela compensação frente aos infortúnios da vida cotidiana. No entanto, o anseio do turista em desfrutar dessa liberdade influencia na reprodução de hábitos e comportamentos que remetem ao trabalho e ao local de residência.

No cotidiano turístico da PBC as regras de comportamento e conduta representam a falsa noção de compensação. As perspectivas dos turistas e

dos segundos residentes em relação ao cotidiano turístico da PBC indicam a superficialidade da experiência turística. O espaço é percebido a partir das características físicas como as condições do mar, da areia da praia, bem como do calçadão.

Os turistas e os segundos residentes no decorrer do texto foram tratados na pesquisa de forma distinta, porém compreende-se como turista de massa aquele que usufrui do cotidiano turístico da PBC, de forma coletiva e que possui poder de consumo para tal. Seu comportamento está baseado na busca por liberdade e descontração, e, nessa busca se encontra a reprodução de hábitos e condutas do cotidiano oposto ao turismo, o cotidiano do trabalho, da residência fixa. O turista de massa é aquele que percebe o espaço a partir dos clichês agregados às localidades praianas pela indústria do turismo. Aquele que busca no lugar o extraordinário e ao mesmo tempo o habitual, o conforto, o cenário casa, relacionando-se com esse ambiente de forma superficial.

Destaca-se, todavia, que o principal ator do fenômeno do turismo de massa é o sujeito da classe trabalhadora. Ainda que tal característica não tenha sido evidenciada nos resultados da presente pesquisa, o arcabouço conceitual e teórico em relação a temática evidenciou a importância de tal segmento para o turismo de massa, apontando potencialidades para pesquisas futuras.

Outra questão que se mostrou de extrema importância para a compreensão do fenômeno do turismo de massa na contemporaneidade: o conceito de sustentabilidade. A necessidade de compreender de que forma o turismo de massa pode beneficiar os turistas, os residentes dos destinos turísticos sem comprometer o futuro desse fenômeno. Tal relevância desse conceito para o campo de estudos do turismo se apresenta como objetivo para pesquisas futuras.

No que tange à experiência como pesquisadora, observou-se a necessidade de revisar experiências vivenciadas também na condição de turista, para não normalizar os seus comportamentos e condutas, uma vez que muitos, em algum momento da vida, reproduzem ou encenam o papel de ser turista. Relativizar esses dois pontos de vista não constituiu uma tarefa fácil, de toda forma, o estranhamento praticado se mostrou imprescindível para a

compreensão do turismo de massa. Momento em que o pesquisador se esforça para não enxergar o mundo com seus próprios olhos, ainda que inevitavelmente isso não tenha sido possível em todos momentos, tal exercício foi o que tornou a pesquisa empírica parte especial de aprendizado.

A partir dessa experiência metodológica compreendeu-se a complexidade do fenômeno turístico nas mais diferentes esferas da vida social. Neste sentido, torna-se imprescindível pesquisas que relativizem sobretudo o seu papel no cotidiano dos espaços que são transformados em destinos turísticos. Para esta investigação, considerou-se o cotidiano do sujeito que representa o turista de massa, no entanto, o cotidiano turístico é vivenciado por indivíduos que representam outros papéis como o trabalhador do turismo direto e indireto.

Referências

ABRAHÃO, C. M. de S.; CHEMIN, M. Viagens: itinerários de sensibilidade e razão. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 110-127, out. 2009.

ABRAHÃO, C. M. de S. **Segundas residências turísticas**: uma análise dos conflitos territoriais com base no estudo de caso do destino turístico de Matinhos, no litoral paranaense. São Paulo, 2016. 232 p.

ABRAHÃO, C. M. S; TOMAZZONI, E. L. Conflictos de poder y estrategias territoriales: un estudio de caso sobre las segundas residencias turísticas em Matinhos, Costa de Paraná – Brasil. **Estudios y perspectivas en turismo**, Buenos Aires, v. 27, p. 01 – 23, jan. 2017.

ABRAHÃO, C. S.; TOMAZZONI, E. L. Turismo de Segundas residências no litoral sul do Brasil: uma discussão sobre seu dimensionamento e relevância para a atividade turística contemporânea. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.L.], v. 12, n. 1, p. 80-101, 1 fev. 2018. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo.

ANGULO, R. J. As praias do Paraná: problemas decorrentes de uma ocupação inadequada. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n. 99, p.97-103, jul. 2000. Semestral.

AMARAL JUNIOR, J. B.C. **O turismo na periferia do capitalismo**: a revelação de um cartão postal. 2008. 665 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

AZEVEDO, T. A praia: espaço de sociabilidade. Salvador: Centro de Estudos Baianos da Universidade Federal da Bahia, 1988.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Almedina, 2011

BARRETTO, M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 9, n. 20, p. 15-29, out. 2003.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 20. ed. Campinas: Papirus, 1995.

BIGARELLA, J. J. **Matinhos: homem e terra – Reminiscências**. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, 2009.

BOYER, M. **História do turismo de massa**. São Paulo: Edusc, 2003.

BRANDÃO, P. R. B. O turismo na contemporaneidade: algumas considerações a partir de uma perspectiva geográfica. **Revista de Geografia**, Recife, v. 26, n. 3, p. 181-200, dez. 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Coronavírus no Brasil**. Brasília, 2021.

CHEMIN, M.; ABRAHÃO, C. M. de S. **Integração Territorial do Litoral do Estado do Paraná (Brasil): Transportes, Balnearização e Patrimonialização na Formação Dinâmica do Espaço Turístico**. Ra'e Ga, Curitiba, v. 32, p.212-239, dez. 2014.

CORBIN, A. **O Território do Vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CORREA, S. M.S. Germanidade e banhos medicinais nos primórdios dos balneários no Rio Grande do Sul IN: **Revista Hist. cienc. Saúde Manguinhos**, vol.17, n.1, Rio de Janeiro, Jan./Mar. 2010.

ENKE, R.G. **O espetáculo do mar em uma estação balneária no Rio Grande do Sul – a vilegiatura marítima na Villa Sequeira / Praia do Cassino (1885-1960)**. Tese (Doutorado em História). Programa de Pós-Graduação em História Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

ESTADES, N. P. O litoral do Paraná: entre a riqueza natural e a pobreza social. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, v. 8, n. 0, p. 25-41, jul. 2003.

ESTEVES, C. J. de O. **Vulnerabilidade socioambiental na área de ocupação contínua do litoral do Paraná - Brasil**. 2011. 354 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

FALCÃO, R. P. de Q. **Quais as motivações da classe c brasileira no consumo de turismo?**: análise de caso da agência VRM turismo. 2014. 168 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais turismo. 2018. 310 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

FIGUEIREDO, S. L.; RUSCHMANN, D. V. de M. Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. **Novos Cadernos NAEA**, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 155-188, jun. 2004.

FILIPPIM, M. L. **A invenção de uma tradição carnavalesca**: o carnaval de matinhos - paraná (brasil) sob a perspectiva dos organizadores. 2005. 193 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e estados**, 2021.

KAMI, M. T. M.; LAROCCA, L. M.; CHAVES, M. M. N.; LOWEN, I. M. V.; SOUZA, V. M. P. de; GOTO, D. Y. N. Working in the street clinic: use of iramuteq software on the support of qualitative research. **Escola Anna Nery - Revista de Enfermagem**, s/p, jul. 2016.

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

LEITE, R. P. A inversão do cotidiano: práticas sociais e rupturas na vida urbana contemporânea. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 53, n. 3, p. 737-756, jan. 2010.

LIMA, R. M. M. de. A construção social histórica do turismo como prática moderna. **Turismo: Estudos & práticas**, Mossoró, v. 2, n. 2, p. 66-85, dez. 2013.

MAGNANI, J. G. TORRES, Lilian de Lucca (Orgs.). **Na metrópole: textos de Antropologia Urbana**. São Paulo: EdUSP, 1996.

MARJAVAARA, R. (2008) "Second Home Tourism: The Root to Displacement in Sweden?" Doctoral Dissertation. Departament of Social and Economic Geography. Ume  University, Sweden. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/268269183_SECOND_HOME_TOURISM_The_Root_to_Displacement_in_Sweden . Acesso em 01/06/2021

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2002.

MARTINS, J. de S. O senso comum e a vida cotidiana. **Tempo Social**, São Paulo, v. 1, n. 10, p. 1-8, maio 1998.

_____. **Uma sociologia da vida cotidiana**. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. A sociabilidade do homem simples; cotidiano e história na modernidade anômala. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2012a.

MIRANDA, F. S. M. de P. A Mudança do Paradigma Econômico, a Revolução Industrial e a Positivação do Direito do Trabalho. **Revista Eletrônica de Direito, Justiça e Cidadania**, v. 1, n. 3, p. 1-24, jan. 2012.

PEREIRA, A. de Q. **A urbanização vai à praia**: vilegiatura marítima e metrópole no nordeste do Brasil. Fortaleza: Ufc, 2014.

PEREIRA, A. Q. Vilegiatura: do modelo clássico às características contemporâneas. In: FIGUEIREDO, Silvio Lima; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de; NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça (org.). **Perspectivas contemporâneas de análise em turismo**. Belém: NAEA, 2015. p. 140-160.

PIRES, M.J. **Raízes do turismo no Brasil**. Barueri: Manole, 2001.

RABAHY, W. A. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.L.], v. 14, n. 1, p. 1-13, 15 dez. 2019. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>.

RAMOS, D. da R. **A Invenção da praia e a produção do espaço**: dinâmicas de uso e ocupação do litoral do es. 2009. 189 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2009.

ROSA, N.F. Q. D. **As Implicações Teórico-metodológicas e a Concepção de Turismo de massa na Obra "Sociologia do Turismo" de Jost Krippendorff**. 2016. 169 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 22, n. 44, p. 289-310, jan. 2002.

SAMPAIO, R. Ocupação das orlas das praias paranaenses pelo uso balneário. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n. 13, p.169-186, jan/jun. 2006.

SILVA, C.H. C. da. **Turismo e a produção do espaço**: perfil geográfico de uma prática socioespacial. **Geografia: Ensino e Pesquisa**, Santa Maria, v. 16, n. 2, p.47-61, ago. 2012.

SILVA, M. B. de O. da; MOREIRA, M. C. de S.; ARRUDA, D. de O.; MARIANI, M. A. P. Como os turistas provenientes de países do Corredor Bioceânico “enxergam” os atrativos turísticos de Bonito, MS: uma análise calcada em princípios da netnografia. **Interações (Campo Grande)**, [S.L.], v. , n. 20, p. 91-106, 30 jul. 2019. Universidade Católica Dom Bosco. <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v20iespecial.2211>.

SANTOS FILHO, J. dos. Thomas Cook: Marco da historiografia dominante do turismo: ensaio sociológico sobre o surgimento e preconceito o fenômeno turístico na história. In: **Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**, Caxias do Sul: Ucs, 2004. p. 1-20.

SANTOS FILHO, João dos. O turismo na era Vargas e o departamento de imprensa e propaganda - DIP. **Revista de Cultura e Turismo**, Não Indicado, v. 0, n. 2, p. 1-14, jul. 2008.

SOUZA, M. de A. **Turismo, lazer e consumo**: uma abordagem compreensiva do "turismo de massa". 2013. 165 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013.

SOUZA, M. A. P; KACHUBA, D. Novas interpretações para o consumo de massa no Brasil: uma análise sob a ótica dos planos econômicos. **Percursos Acadêmicos**, Belo Horizonte, v. 5, n. 10, p. 329-352, dez. 2015.

SMITH, V. (Ed.). Hosts and guests: the anthropology of tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. p. 105-118.

TASCHNER, G.B. Lazer, cultura e consumo. **Rae: Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 4, p. 38-47, dez. 2000.

URRY, J. **O Olhar do Turista - Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, Sesc, 2001.

VASCONCELOS, D. A. L. de. **Sol, Praia e "Destinação" da Cidade:** compreendendo a turistificação de maceió - alagoas - brasil. 2017. 168 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2017.

YIN, R. L. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Booman, 2001.

ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 1-14, jan. 2008.