

**CARLA BORBA DA MOTA SILVEIRA**

**O Paraíso Negociado**

Ensaio Etnográfico sobre Turistas em *Resort*

**Recife – PE  
2004**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA**

**CARLA BORBA DA MOTA SILVEIRA**

**O Paraíso Negociado**  
Ensaio Etnográfico sobre Turistas em *Resort*

Dissertação de mestrado  
apresentada ao Programa de Pós-  
Graduação em Antropologia da  
Universidade Federal de  
Pernambuco para obtenção do grau  
de mestre em Antropologia.

Orientador: prof. dr. Antonio Motta.

**Recife – PE  
2004**

**O Paraíso Negociado**  
Ensaio Etnográfico sobre Turistas em *Resort*

Carla Borba da Mota Silveira

Dissertação aprovada pela Banca Examinadora composta pelos Professores:

---

Antonio Carlos Motta de Lima  
(Orientador)

---

Álvaro Banducci Júnior

---

Russel Parry Scott

---

Maria do Carmo Brandão

*Aos meus pais,  
José Carlos e Glícia Borba,  
maiores exemplos para o  
meu estudo.*

*Ao meu querido esposo,  
Antonio Mota Silveira, pelo  
companheirismo e apoio sempre.*

## **AGRADECIMENTOS**

A conclusão desta pesquisa exigiu esforço e apoio de várias pessoas e instituições, que contribuíram direta e indiretamente.

A Deus, por me capacitar a cada dia na minha profissão.

Ao professor dr. Antonio Carlos Motta, por ter aceitado meu tema de pesquisa, e com quem pude estabelecer ao longo da minha formação uma rica interlocução.

Ao meu marido, Antonio G. da Mota Silveira, pela cooperação e paciência nestes dois anos.

Aos meus pais, José Carlos e Glícia, meus irmãos, Danielle, Sylvio e José Carlos Júnior, e a minha avó Nahyde sempre presentes e eternos incentivadores das minhas conquistas.

À Faculdade Integrada do Recife (FIR), por investir em minha carreira docente, especialmente a diretora acadêmica, professora Carmen Monteiro, e a coordenação do curso de turismo, representada pela professora Rosilei Montenegro. Aos vários professores, eternos companheiros e ajudantes nesse processo.

Aos meus alunos, grandes incentivadores da minha busca pelo aprendizado contínuo.

Aos colegas companheiros de mestrado e ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia, que me acolheu nesse desafio.

Aos vários amigos, especialmente Chapinha e Leiquinha, aos quais por muitas vezes precisei renunciar em busca da conclusão deste trabalho. Eis aqui o resultado.

*“Sights become staging posts on a journey. One no longer embraces them with one’s soul. Rather, the tourist uses them to give shape to the passion of travel which would otherwise be shapeless” (ROJEK & URRY, 2002:6).*

*“As paisagens estão se tornando arenas na viagem. As pessoas não mais as abraçam com a alma. Ou melhor, o turista utiliza as paisagens para moldar a sua paixão pela viagem, que, do contrário, não teria forma”.*

## RESUMO

No mundo contemporâneo, o turismo vem se tornando uma atividade econômica bastante rentável e, portanto, ajustando-se à expectativa do público-alvo, que possui meios para consumir o produto oferecido pelas operadoras e agências de viagens. Para isso, são criados a cada dia novos equipamentos artificiais de lazer que permitem a esses indivíduos usufruir seu tempo livre, oferecendo-lhe a sensação de acolhimento doméstico.

Nesse processo, um alto grau de artificialidade é adicionado aos atrativos naturais e culturais, transformando os lugares em espaços adaptados para o período de férias. Além disso, alguns símbolos são criados baseados no capital e na tecnologia arrojada. Esses “não-lugares” têm sido produzidos e consumidos pela atividade turística, adquirindo a simpatia de um público cada vez maior.

O turismo, as férias e as viagens são fenômenos socioculturais que carecem de estudos mais aprofundados, de preferência interdisciplinares. Seguem essa direção as discussões sobre o turista, o viajante, a comunidade receptora e a interação entre culturas nos grandes deslocamentos de pessoas motivados pelo turismo, as quais buscam na antropologia um suporte teórico para uma maior compreensão e entendimento do fenômeno cultural e social que envolve essa temática. É exatamente a esse contexto de discussão que esta pesquisa se circunscreve.

Para isso, resolvemos privilegiar como *locus* de observação uma dos espaços e modalidades em que se realiza esse tipo de fenômeno turístico: os *resorts*, reservas artificiais construídas para suprir toda a necessidade do hóspede, podendo ser encontrados tanto em áreas de praia quanto em montanhas, e até mesmo em áreas de rio, em toda parte do mundo. Por serem muito polêmicos, tais espaços são considerados por alguns autores como “turismo em guetos”.

O ambiente natural do local, embora na sua maioria seja considerado exótico, funciona muito mais como um detalhe importante que compõe o todo. Entretanto, o atrativo em si é formado pelo conjunto de equipamentos e serviços concentrados e oferecidos em um único local, ou seja, no interior de uma estrutura arquitetônica semifechada.

Esta pesquisa, portanto, tem como objetivo principal entender o *resort* como fenômeno totalmente cultural e social, levando-se em conta suas dinâmicas de lazer, isto é, os diferentes tipos de serviços e atividades recreativas oferecidos nesse local, como forma de ocupar e satisfazer as diferentes expectativas e demandas do turista durante seu período de ruptura com o cotidiano.

Para isso, busca-se compreender o fenômeno de expansão e crescimento dos resorts, assim como a identificação das pessoas com esse espaço artificializado e fechado como opção para usufruir suas férias. O local escolhido para a pesquisa de campo foi um conhecido *resort* situado no litoral sul de Pernambuco. Pelo conjunto de equipamentos que esse local reúne, ele se torna um exemplo paradigmático entre os meios de hospedagem do tipo *resort*.

**PALAVRAS-CHAVE:** *turista, turismo contemporâneo, resort, ruptura e cotidiano.*

## ABSTRACT

In the present world tourism has become a highly profitable economical activity and therefore has had to adjust to the expectations of the target public, that is, the consumer who can afford the services provided by the tourism companies and travel agents. In order to meet the expectations of this public, new artificial means of entertainment appear every day, allowing these consumers to enjoy their free time with a feeling of home care and warmth.

In this process, a high degree of artificiality has been added to natural and cultural attractions, thus turning these places into specially adapted areas for the holiday season. In addition, some symbols are created based on financial capital and on trendy technology. These “non-places” have been produced and used by the tourism industry, therefore attracting and pleasing tourists more and more.

Tourism, holidays, and trips are social-cultural phenomena which lack deeper study, for instance, discussions on the tourist, the traveller, the receptive community and the interaction among international cultures motivated by mass tourism. The understanding of such social-cultural phenomena, with theoretical support from anthropology, is the basis and context of this study.

For this reason, the *locus* observed and analyzed in this study is the *holiday resort*: artificial reserves specially designed and built to supply all the needs of the guests. Holiday resorts are situated both on beaches and mountains, and also near rivers all over the world. For being ever so polemic, such spaces are labelled by many authors as “ghetto tourism”.

The natural environment, highly taken as exotic, is just an important detail in the whole structure of the resort. The main attraction, however, is the number of equipment and services placed and provided in one area inside this major, semi-closed, architectural structure.

This study aims to analyze and understand the *resorts* as completely social and cultural phenomena, taking their leisure dynamics into consideration i.e. the different types of services and recreational activities which they offer to meet the different expectations and demands of the tourists during their “break from routine”.

Hence, the understanding of the growing and expansion of the *resorts*, as well as the identification of the people with this closed and artificial option for their holiday is essential. The place chosen for field research in this study is a famous beach resort situated in the south coastline of Pernambuco. This is a paradigmatic example among the so popular holiday places known as *resorts*.

KEY WORDS: tourist, contemporary tourism, resort, holiday break and routine.

## SUMÁRIO

<b>1 – Introdução</b>	<b>12</b>
1.1 O campo e sua imersão	
1.2 Antropologia e turismo: um diálogo possível	
1.3 Estrutura do trabalho	
<b>2 – O fim das viagens exóticas</b>	<b>25</b>
2.1 Considerações sobre a noção de turista	
2.2 Da viagem como evasão à “viagem domesticada” no turismo	
2.3 O advento do turismo de massa	
2.4 O lazer e o turismo	
<b>3 – O exotismo domesticado</b>	<b>45</b>
3.1 O Taiti é aqui: os <i>resorts</i>	
3.2 O simulacro dos lugares	
3.3 As imagens veiculadas nas peças publicitárias	
<b>4 – Usos e apropriações do lugar</b>	<b>57</b>
4.1 O público-alvo	
4.2 A chegada	
4.3 Atividades oferecidas	
4.3.1 <i>Recreação</i>	
4.3.2 <i>Esportes</i>	
4.3.3 <i>Entretenimento</i>	
4.3.4 Passeios extramuros	
4.4 A despedida do sagrado	
<b>5 – Considerações finais</b>	<b>103</b>
<b>Referências</b>	<b>116</b>
<b>Anexos</b>	<b>120</b>

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Foto 1 - Área da piscina no <i>resort</i> de PE	53
Foto 2 – Área de mar no <i>resort</i> do <i>Tahiti</i>	53
Foto 3 – Arian Amazon Towers	54
Foto 4 – <i>Resort</i> Club Med	54
Foto 5 – <i>Resort</i> no litoral de PE	55
Foto 6 – <i>Resort</i> no <i>Tahiti</i>	56
Foto 7 – Espaços demarcados	67
Foto 8 – Espaços demarcados	67
Foto 9 – Hidroginástica na piscina	69
Foto 10 – Atividade de hidroginástica	70
Foto 11 – Biribol	70
Foto 12 – Pólo aquático	70
Foto 13 – Turistas observando jogos	72
Foto 14 – Inscrição para brincadeiras	73
Foto 15 – Competição entre turistas	73
Foto 16 – Área das crianças	74
Foto 17 – Família reunida para fotos	75
Foto 18 – Almoço próximo à piscina	77
Foto 19 – Turistas fantasiados na brincadeira	78
Foto 20 – Praia deserta para o hóspede	79
Foto 21 – Pais e filhos brincam na praia	79
Foto 22 – Apoio de praia do <i>resort</i>	80
Foto 23 – Crianças participam dos esportes náuticos	81
Foto 24 – Hóspede passeando de barco, tipo <i>lazer</i>	82
Foto 25 – Hóspedes aproveitam esportes náuticos	82
Foto 26 – Aula de tênis	84
Foto 27 – <i>Happy hour</i> no bar	87
Foto 28 – Voleibol	90
Foto 29 – Momento de jantar no restaurante	93
Foto 30 – Área de jogos	94
Foto 31 – Jogos de mesa	95
Foto 32 – Descanso para água durante passeio ciclístico	98

Foto 33 – Presença discreta do segurança entre os turistas	99
--	----

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Diferenças entre o viajante e o turista	28
--	----

Tabela 2 – Viajante x turista	28
-------------------------------	----

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Áreas de ocupação do resort estudado	14
---	----

Figura 2 – Diferentes ocupações ao longo do dia	16
---	----

Figura 3 – Determinantes psicológicos de demanda por viagens	26
--	----

Figura 4 – Ritual do turismo (modificado de Feyerland, 1997, p. 11)	32
---	----