

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

AS NOVAS IMAGENS DO PITORESCO:
turismo e comodificação da natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses

São Luís – MA
2023

BENEDITA DE CÁSSIA FERREIRA COSTA

AS NOVAS IMAGENS DO PITORESCO:

turismo e comodificação da natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Doutora em Ciências Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Benedito Souza Filho

São Luís – MA

2023

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA.

Costa, Benedita de Cássia Ferreira.

AS NOVAS IMAGENS DO PITORESCO : turismo e comodificação da
natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses /
Benedita de Cássia Ferreira Costa. - 2023.

308 f.

Orientador(a): Benedito Souza Filho.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em
Ciências Sociais/cch, Universidade Federal do Maranhão,
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2023.

1. Comodificação da Natureza. 2. Instagramismo. 3.
Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. 4. Pitoresco. 5.
Turismo e Imagens. I. Souza Filho, Benedito. II. Título.

BENEDITA DE CÁSSIA FERREIRA COSTA

AS NOVAS IMAGENS DO PITORESCO: turismo e comodificação da natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Doutora em Ciências Sociais.

Aprovada em 28/02/2023

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Benedito Souza Filho
Universidade Federal do Maranhão
Orientador

Profa. Dra. Senilde Alcântara Guanaes
Universidade Federal da Integração Latino- Americana

Profa. Dra. Annelise Caetano Fraga Fernandez
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Profa. Dra. Camila Alves Machado
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Emilene Leite de Sousa
Universidade Federal do Maranhão

Ao meu companheiro, José Cavalcante.

Aos meus pais, Pedro e Maria.

À minha avó, Eunice.

Aos que vivem e resistem no PNLN.

AGRADECIMENTOS

Esta tese foi uma verdadeira *travessia* ao longo de sete anos (2017-2023), contanto com o período de trancamento do curso de doutorado, impactos da pandemia e novos prazos de extensão do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal do Maranhão. Neste momento de agradecimento percorro um “filme” do percurso de construção deste trabalho, e posso falhar em não citar todos que foram direta e indiretamente importantes para a conclusão desta tese.

Aos meus pais, Pedro e Maria, agradeço infinitamente por serem meu porto seguro de compreensão, amor e aconchego, fundamentais na minha caminhada nesta vida! Correram literalmente para que eu não perdesse nenhuma “prova” na escola e na universidade. Meu pai, especialmente, pegou muita chuva e muito sol para que eu chegasse aos espaços escolares durante a infância e adolescência. Nos dias chuvosos em São Luís – MA, fazia uma capa improvisada de saco plástico de açúcar, colocava meus sapatos e meias em uma sacola, guardava-os na pequena mochila e me punha na garupa de sua bicicleta. São eles que me fizeram amar os estudos, os livros e as imagens, quando me mostraram cenas da família através de monóculos de fotografia.

Ao meu companheiro, José Cavalcante, que no convívio dos dias, cheio de senões, buscou com afeto, carinho, amor, cuidado, café, bossa e *reggae*, tornar mais leve o peso de produzir uma tese, sendo também companhia nas andanças do trabalho de campo. Sofreu junto comigo meus picos de ansiedade, meus momentos de *stress*, tristeza, cansaço e desespero ao longo do caminho da produção da tese, diante das minhas tentativas de equilibrar o trabalho, estudo e a vida a dois. A ele, agradeço imensamente por me amar, valorizar, incentivar e encorajar na/para a vida!

Ao meu Orientador, Prof. Dr. Benedito Souza Filho, que com sua sensibilidade, paciência e persistência acolheu as minhas ideias; compreendeu meus distanciamentos e quase desistência do curso de doutorado; acrescentou novas problematizações, *insights* e perspectivas a este trabalho!

Aos interlocutores de pesquisa, guias, atendentes e donos de agências, turistas, nativos de Barreirinhas e Santo Amaro que me ensinaram um pouco sobre suas histórias, relações e visões com/sobre o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses atravessadas pelo turismo. À família de Dona Luza e seu Itamar que me acolheu com tanto afeto e cuidado durante o trabalho de campo em Atins, Barreirinhas e que me permitiu conhecer

seus sonhos, criações e anseios no âmbito do turismo. Aos novos amigos que fiz durante os passeios em atrativos do Parque: Lucy, Alafilson, Solange, Netty, Kayla, Felipe, Daniel.

Ao Prof. Dr. Joaquim Shiraishi Neto e à Profa. Dra. Camila Alves Machado Sampaio pelas contribuições e provocações na etapa de qualificação, expressadas de forma leve, densa e teórica, promovendo novas reflexões que tentei incluir minimamente na versão final do texto.

Às Profa. Dra. Senilde Alcântara Guanaes, Profa. Dra. Annelise Caetano Fraga Fernandez, Profa. Dra. Emilene Leite de Sousa e Profa. Dra. Camila Alves Machado Sampaio pelas contribuições gigantescas no âmbito da Defesa desta tese – marcada por lágrimas e nós na garganta –, que suscitaram inúmeras questões e observações antropológicas pertinentes para o refinamento deste trabalho.

À Profa. Dra. Maristela de Paula Andrade, amiga “Téia”, que torceu e lutou para que eu desse continuidade a este estudo e não desistisse, sempre me aconselhando desde os tempos da graduação, quando foi minha orientadora. Meu muito obrigada!

Aos professores e professoras do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão, que contribuíram ao longo do curso não somente para minha formação acadêmica, mas para a minha vida profissional e pessoal.

Aos colegas do doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão, que deixaram suas contribuições socioantropológicas e exemplos de persistência na longa e difícil jornada acadêmica.

Aos professores e estudantes vinculados à Pesquisa Atlas Socioambiental do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, em especial ao Prof. Dr. Ulisses Denache, que com sorriso largo e fácil, atenção e cuidado auxiliou na minha inserção em meu universo de pesquisa; à Profa. Dra. Sueli Angelo Furlan, que nas andanças da pesquisa falava de sonhos, plantas, miudezas do chão, grandezas do ínfimo, com sua voz doce e olhar sorridente e instigava seus alunos, exercitou o cuidado e acolhimento com todos e comigo, que não era da sua equipe; às Professoras Dras. Márita Ribeiro e Éville Novaes, pelas aprendizagens, ensinamentos e sorrisos durante as subidas e descidas nas dunas e nas ambulações feitas a pé, em lanchas, pequenos barcos e toyotas pelos ecossistemas do PNLN. Ao geógrafo Igor de Luccas Santos, companheiro de andanças e reflexões no/sobre o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Ao Grupo de Estudos Rurais e Urbanos da Universidade Federal do Maranhão – GERUR/UFMA, que se tornou mais que um espaço de formação acadêmica, com produção de excelentes trabalhos sobre as problemáticas rurais do Maranhão, um lugar

de amizade entre seus integrantes. As pesquisas dos meus amigos do GERUR sobre o PNLN me guiaram enormemente na composição deste trabalho.

Ao Instituto Federal do Maranhão – IFMA –, que possibilitou, por meio de Edital, o meu afastamento para conclusão do curso, garantindo tempo de não-trabalho para a escrita da tese. Agradeço ao servidor Sr. José Matos, que me auxiliou nas exigências burocráticas e ao meu Chefe Imediato, Professor Clemeson Vale, pelas longas conversas de apoio e incentivo nesse processo antes do afastamento.

À Profa. Déborah Tchegnonhou que me auxiliou nas traduções para línguas estrangeiras do resumo desta tese, e que me desejou sincera torcida e sucesso nesta empreitada.

Aos meus queridos alunos “pura bença” e aos colegas professores e gestores das instituições escolares nas quais trabalhei ao longo deste período: Liceu Maranhense, no Centro da capital ludovicense, CE São Cristóvão – Anexo Coquilho, na zona rural da cidade de São Luís e IFMA *campus* São Raimundo das Mangabeiras, no sul maranhense.

Aos familiares e aos amigos e amigas, de perto e de longe, que me acolhem(ram), suportam(ram) minha ausência (eu também tive que suportar a ausência deles) principalmente no último ano e se fazem (fizeram) presentes e contribuintes, cada um à sua maneira, ao longo desse processo: Liz, Eliane, Elane, Ademar, Sérgio, Joaquim, Roberto, João, Alê, Lay, Ilana, Luana, Yuri, Filó, Joseangela, Thiara, Nathalia, Laíse Pereira, Macksa Raquel, Eurilene Lima, Dandara Mesquita, Helayne Brás, Marcos Van Basten, Leonardo Coelho, Roberto Mancini, Ricardo Cutrim, Rarielle Rodrigues, Thays Brasil (tu não vai acabar essa tese, não?), Patrícia Froelich, Marlos Martins, José Oliveira. E a todos que direta ou indiretamente apoiaram a realização desta pesquisa, agradeço imensamente.

A Deus, pela oportunidade da vida.

- *Por que será que gente do mundo inteiro vem para Barreirinhas? O que tem de tão especial aqui, de tão diferente?*

- *“Senhora, é para ver a natureza, a obra incrível de Deus, do nosso Criador, que só Ele pode fazer. Se a senhora vê, tem gente que eu pego aqui, me conta que vem com o seu lenço preparado, porque quando vê aquilo tudo de duna e lagoa, aquela beleza toda, chega chora, chora feito criança.”*

(Diálogo com taxista de Barrerinhas durante trabalho de campo, julho de 2022)

“Sonha-se antes de contemplar. Antes de ser um espetáculo consciente, toda paisagem é experiência onírica. Só olhamos com uma paixão estética as paisagens que vimos antes em sonho. A unidade de uma paisagem se oferece como a realização de um sonho muitas vezes sonhado.”

(Gaston Bachelard, 2018)

AS NOVAS IMAGENS DO PITORESCO: turismo e commodificação da natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

RESUMO

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (PNLM), instituído como uma unidade de conservação de proteção integral em 1981, é atualmente um dos destinos turísticos mais desejados por pessoas de todas as partes do mundo. Apesar dos seus atrativos naturais, é um território marcado por tensões, disputas e conflitos socioambientais em razão da histórica presença de famílias de comunidades tradicionais, antes mesmo da sua instituição, que ali vivem e desenvolvem tradicionalmente suas atividades econômicas e outras relacionadas com o turismo. Como destino turístico, o PNLM é construído pelo imaginário social como lugar que possui uma natureza paradisíaca, *intocada*, desconectada da produção humana e, em razão dessas construções sociais, torna-se uma destinação propícia à exploração econômica pelos agentes ligados à cadeia do turismo. Nesse cenário, a imagem se torna um instrumento de reprodução e perpetuação de tal imaginário, ajudando não somente a conformar e consolidar o olhar sobre a natureza, mas servindo como uma ferramenta eficaz de mediação e sedução do olhar para o consumo turístico da natureza no PNLM. Ancorado nesta problemática, a presente tese dedica atenção ao processo de constituição de imagens que forjam e retratam o PNLM como *paraíso*, elaboradas por diferentes agentes no processo de commodificação da natureza. Tal esforço analítico é realizado a partir de alguns eixos de discussão como: o entendimento da noção de commodificação da natureza e o papel do turismo nesse processo; a compreensão histórica e antropológica do turismo e suas rotas pela natureza, especialmente nas chamadas áreas protegidas, privilegiando o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses; a problematização da imagem que levou à identificação de películas estéticas, como o pitoresco e o *instagramável*, e o seu papel no processo de fabricação do olhar sobre natureza, moldada para o consumo turístico naquela unidade de conservação. Baseada em um metodologia qualitativa, construída em forma de *circuito*, contempla informações etnográficas de trabalho de campo, realizado em Barreirinhas e Santo Amaro (2019-2022); levantamentos bibliográficos, investigação em fontes secundárias como documentos oficiais, reportagens, revistas de turismo; pesquisa em repositório de imagens e redes sociais, livros de fotografia, ensaios fotográficos; permitindo, assim, transitar entre imagens, narrativas e práticas elaboradas por diversos agentes (donos de agências, guias, atendentes, vendedores, turistas, empreendedores locais, nativos) envolvidos com a atividade turística no PNLM. A questão central desta tese tem relação com o poder que fundamenta a elaboração de imagens cristalizadoras da natureza do PNLM, que reside na atualização do pitoresco e na incorporação de novas estéticas, como o *instagramismo*, sendo capazes não somente de convencer o olhar, mediando as decisões do consumo da natureza através do turismo, mas também de invisibilizar a existência das populações tradicionais que ali vivem, a partir de enquadramentos que destacam a natureza como cenário, composto apenas por dunas alvas e sinuosas e lagoas com águas cristalinas sob um céu azul de verão.

Palavras-chave: Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Commodificação da Natureza. Turismo. Imagens. Pitoresco. Instagramismo.

THE NEW IMAGES OF THE PITOESCO: tourism and commodification of nature in the Lençóis Maranhenses National Park.

ABSTRACT

The Lençóis Maranhenses National Park (PNLM), established as an integral protection conservation unit in 1981, is currently one of the most desired tourist destinations for people from all over the world. Despite its natural attractions, it is a territory marked by tensions, disputes, and socio-environmental conflicts due to the historical presence of families from traditional communities, even before it was established, who traditionally live there and develop their economic activities and others related to tourism. As a tourist destination, the PNLM is constructed by the social imaginary as a place that possesses a paradisiacal, untouched nature, disconnected from human production and, due to these social constructions, it becomes a propitious destination for economic exploitation by agents linked to the tourism chain. In this scenario, the image becomes an instrument of reproduction and perpetuation of such imaginary, helping not only to conform and consolidate the view of nature, but also serving as an effective tool of mediation and seduction of the gaze for the tourist consumption of nature in the PNLM. Anchored in this problematic, the present work pays attention to the process of constitution of images that forge and portray the PNLM as paradise, elaborated by different agents in the process of commodification of nature. Such analytical effort is carried out from some axes of discussion as: the understanding of the notion of commodification of nature and the role of tourism in this process; the historical and anthropological understanding of tourism and its routes through nature, especially in the so-called protected areas, privileging the case of the Lençóis Maranhenses National Park; the problematization of the image that led to the identification of aesthetic films, such as the picturesque and the instagrammable, and its role in the process of manufacturing of the view of nature, which is shaped for tourism consumption in that conservation unit. Based on a qualitative methodology, built in the form of a circuit, it contemplates ethnographic information from fieldwork, carried out in Barreirinhas and Santo Amaro (2019-2022); bibliographic surveys, investigation in secondary sources such as official documents, reports, tourism magazines; research in image repository and social networks, photography books, photo essays; thus, allowing to transit between images, narratives and practices elaborated by several agents (agency owners, guides, attendants, salespeople, tourists, local entrepreneurs, natives) involved with the tourist activity in PNLM. The central issue of this thesis is related to the power that underlies the elaboration of images that crystallize the nature of the PNLM, which resides in the updating of the picturesque and in the incorporation of new aesthetics, such as Instagram, being able not only to convince the eye, mediating the decisions of nature consumption through tourism, but also to invisibilize the existence of traditional populations that live there, from frames that highlight nature as a scenario, composed only by white and winding dunes and lagoons with crystal clear waters under a blue summer sky.

Keywords: Lençóis Maranhenses National Park. Nature Commodification. Tourism. Images. Picturesque. Instagramism.

LES NOUVELLES IMAGES DU PITOESCO: tourisme et marchandisation de la nature dans le parc national de Lençóis Maranhenses.

RÉSUMÉ

Le parc national de Lençóis Maranhenses (PNLM), créé en 1981 en tant qu'unité de conservation à protection intégrale, est actuellement l'une des destinations touristiques les plus recherchées par les personnes du monde entier. Malgré ses attraits naturels, il s'agit d'un territoire marqué par des tensions, des disputes et des conflits socio-environnementaux dus à la présence historique, avant même sa création, de familles issues de communautés traditionnelles qui y vivent traditionnellement et développent leurs activités économiques et d'autres liées au tourisme. En tant que destination touristique, le PNLM est construit par l'imaginaire social comme un lieu qui possède une nature paradisiaque, intacte, déconnectée de la production humaine et, en raison de ces constructions sociales, il devient une destination propice à l'exploitation économique par les agents liés à la chaîne touristique. Dans ce scénario, l'image devient un instrument de reproduction et de perpétuation de cet imaginaire, contribuant non seulement à conformer et à consolider le regard sur la nature, mais servant d'outil efficace de médiation et de séduction du regard pour la consommation touristique de la nature dans le PNLM. Ancré dans cette problématique, le présent travail prête attention au processus de constitution des images qui forgent et peignent le PNLM comme un paradis, élaborées par différents agents dans le processus de marchandisation de la nature. Cet effort analytique est réalisé à partir de quelques axes de discussion tels que: la compréhension de la notion de marchandisation de la nature et le rôle du tourisme dans ce processus; la compréhension historique et anthropologique du tourisme et de ses itinéraires à travers la nature, en particulier dans les zones dites protégées, en se concentrant sur le cas du Parc National de Lençóis Maranhenses; la problématisation de l'image qui a conduit à l'identification de films esthétiques, tels que le pittoresque et l'instagrammable, et son rôle dans le processus de fabrication du regard sur la nature, qui est façonné pour la consommation touristique dans cette unité de conservation. Basée sur une méthodologie qualitative, construite sous forme de circuit, elle contemple des informations ethnographiques issues du travail de terrain, réalisé à Barreirinhas et Santo Amaro (2019-2022); des enquêtes bibliographiques, des recherches dans des sources secondaires telles que des documents officiels, des rapports, des revues touristiques; recherche dans les banques d'images et les réseaux sociaux, livres de photographie, essais photographiques; permettant ainsi de transiter entre les images, les récits et les pratiques élaborés par divers agents (propriétaires d'agences, guides, préposés, vendeurs, touristes, entrepreneurs locaux, autochtones) impliqués dans l'activité touristique du PNLM. La question centrale de cette thèse est liée au pouvoir qui sous-tend l'élaboration d'images cristallisantes de la nature du PNLM, qui réside dans l'actualisation du pittoresque et dans l'incorporation de nouvelles esthétiques, comme Instagram, capables non seulement de convaincre l'œil, en médiatisant les décisions de consommation de la nature par le tourisme, mais aussi d'invisibiliser l'existence des populations traditionnelles qui y vivent, à partir de cadres qui mettent en évidence la nature comme un scénario, composé uniquement de dunes blanches et sinueuses et de lagunes aux eaux cristallines sous un ciel bleu d'été.

Mots-clés: Parc National de Lençóis Maranhenses. Marchandisation de la nature. Le tourisme. Images. Pittoresque. L'Instagramisme.

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Etapas de campo no PNLM (2019-2022).....	41
Quadro 2: Relação de documentos oficiais referentes ao PNLM.....	57
Quadro 3: Relação de imagens do PNLM, extraídas de reportagens de revistas de bordo de companhias aéreas e de turismo.....	59
Quadro 4: Relação de imagens do PNLM, extraídas de livros de fotografia.....	60
Quadro 5: Relação de imagens do PNLM, extraídas de redes sociais e repositórios de imagens.....	61
Quadro 6: Relação dos Parques Nacionais mais visitados no Brasil em 2021.....	167
Quadro 7: Unidades de Conservação federais por categoria no Brasil.....	177
Quadro 8: Relação das imagens do PNLM selecionadas para análise extraídas do Quadro 3.....	245
Quadro 9: Relação das imagens do PNLM selecionadas para análise extraídas do Quadro 4.....	245
Quadro 10: Relação das imagens do PNLM selecionadas para análise extraídas do Quadro.....	250
Quadro 11: Características técnicas das imagens dos livros de fotografia.....	264

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagens de divulgação dos “Lençóis Maranhenses”, por usuário do <i>Instagram</i>	28
Figura 2: Roça de Seu Inácio, Povoado Mocambo, em meio às dunas.....	37
Figura 3: Restaurante de Dona Luza “Cabana Pôr do Sol, Atins, Barreirinhas.....	44
Figura 4: Fogão de barro com enfeites de sarnambi.....	45
Figura 5: Maílson com seus cavalos para passeios turísticos, Atins, Barreirinhas.....	48
Figura 6: Seu Itamar e seu filho André em canoa na Praia de Atins, Barreirinhas.....	49
Figura 7: Seu Itamar na praia segurando seu <i>jeré</i> com alguns siris já catados, Atins, Barreirinhas.....	50
Figura 8: Cemitério local, Atins, Barreirinhas.....	51
Figura 9: Missa de encerramento do Festejo de Nossa Senhora da Conceição, em Mandacarú, Barreirinhas.....	52
Figura 10: Plânctons na areia da praia, Atins, Barreirinhas.....	53
Figura 11: Mapa da UC PNLM, com indicação do perímetro e atrativos turísticos – Guia do Visitante ICMBio.....	63
Figura 12: Mapa da UC PNLM, com indicação do perímetro e atrativos turísticos – Manual do Condutor de Visitantes ICMBio.....	64
Figura 13: Capa da Revista Azul Magazine, 2017.....	94
Figura 14: Imagem dos “Lençóis Maranhenses” na Revista Azul Magazine, 2017.....	95
Figura 15: Imagem dos “Lençóis Maranhenses” na Revista Azul Magazine, 2017.....	96
Figura 16: Nativo com braçada de cana-de-açúcar e seu animal vigilante, em Santo Amaro.....	105
Figura 17: Atrativo Passeio América, em Santo Amaro.....	107
Figura 18: Identidade visual da Cooperativa Santo Amaro Coop, em Santo Amaro...108	
Figura 19: Identidade visual da Pousada Andorinhas, em Santo Amaro.....	108
Figura 20: Casa como morada e empreendimento turístico, Atins, Barreirinhas.....	113

Figura 21: Casa como morada e empreendimento turístico, Atins, Barreirinhas.....	113
Figura 22: Casa como morada e empreendimento turístico, Atins, Barreirinhas.....	114
Figura 23: Sequencial de imagens (a, b, c) de turista caminhando nas dunas e fotografando a paisagem (Circuito Lagoa Azul), Barreirinhas.....	121
Figura 24: Nativo guiando rebanho de caprinos no PNLN (Santo Amaro)	128
Figura 25: Agrupamento de imagens (a, b): observando a natureza entre o passado e o presente.....	130
Figura 26: Placa de Restaurante feita de madeira simulando uma carcaça de peixe...149	
Figura 27: Imagem de promoção turística do PNLN para o retorno à natureza (Vila Guará – Barreirinhas).....	161
Figura 28: Imagem de promoção turística do PNLN para o retorno à natureza (Vila Guará – Barreirinhas).....	161
Figura 29: Imagens de promoção turística do PNLN para o retorno à natureza (Vila Guará – Barreirinhas).....	162
Figura 30: Mapa de Zoneamento de áreas do PNLN.....	179
Figura 31: Mapa da indicação dos polos turísticos do PNLN.....	182
Figura 32: Fotografia de Scott Baker do PNLN para o <i>ranking</i> “Places to go in 2023”	186
Figura 33: Atrativo “Cachoeira do Bonzinho”, do circuito Atins, Barreirinhas.....	191
Figura 34: Fotografia de sombreiros e cadeiras para turistas (Santo Amaro – Passeio América).....	209
Figura 35: Fotografia de turistas contemplando o pôr do sol em cadeiras (<i>Circuito Gaivota</i> – Santo Amaro).....	210
Figura 36: Casa nativa, Queimada dos Britos, Zona Primitiva, Santo Amaro.....	211
Figura 37: Panorâmica “volte-face” da paisagem do Passeio Lagoa Bonita, Barreirinhas.....	224
Figura 38: Vista panorâmica do atrativo Rio Alegre, Santo Amaro.....	227
Figura 39: “Sunset Portraits from Sunsets Pictures on Flickr”	231

Figura 40: Fotografia 1 para análise: sem título, Felipe Goifman, 2012.....	246
Figura 41: Fotografia 2 para análise: “Lagoa com vegetação”, Meireles Jr., 2016.....	247
Figura 42: Fotografia 3 para análise: sem título, Meireles Jr., 2008.....	247
Figura 43: Fotografia 4 para análise: sem título, Christian Knepper, 2002.....	248
Figura 44: Fotografia 5 para análise: sem título, Meireles Jr.....	249
Figura 45: Pannel 1 de imagens extraídas do <i>Instagram</i> (2022).....	251
Figura 46: Pannel 2 de imagens extraídas do <i>Flickr</i> (2022).....	252
Figura 47: Pannel 3 de imagens extraídas do <i>Google imagens</i> (2022).....	253
Figura 48: Pannel 4 de imagens – ensaio fotográfico para campanha publicitária (2018).....	254
Figura 49: Pannel 5 de imagens – ensaio fotográfico artístico (2022).....	255
Figura 50: Fotografia principal da reportagem Revista de bordo Azul de Turismo, 2022.....	257
Figura 51: Fotografia de <i>banner</i> em Agência em Barreirinhas com imagens de atrativos: o “destaque do camarão” (Canto de Atins - Restaurante do Sr. Antônio).....	259
Figura 52: Fotografia de <i>banner</i> em Agência em Barreirinhas com imagens de atrativos: o “destaque do camarão” (Canto de Atins - Restaurante do Sr. Antônio).....	259
Figura 53: Fotografia principal da reportagem Revista de bordo Gol, 2018.....	260
Figura 54: Sequência de imagens (a, b, c, d, e) dos livros fotográficos.....	262
Figura 55: Pannel de miniaturas composto de fotografias dos painéis 1, 2 ,3 ,4 e 5....	274
Figura 56: “Habitação de negros”, Rugendas, 1835.....	277
Figura 57: Tipo de habitação presente no PNLN.....	278

LISTA DE SIGLAS

AM – Amazonas

BA – Bahia

BRAZTOA – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo

CE – Ceará

CNTur – Conselho Nacional de Turismo

CONTAG – Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares

CPPI – Conselho do Programa de Parcerias de Investimentos

DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda

EMBRATUR – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo

FECOMÉRCIO SP – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo

FFLCH – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas

GERUR – Grupo de Estudos Rurais e Urbanos

GTI – Grupo de Trabalho Interministerial

IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IBDF – Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

ISA – Instituto Socioambiental

MA – Maranhão

MG – Minas Gerais

MMA – Ministério do Meio Ambiente

ONG – Organização Não-Governamental

OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

PARNA LM – Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses

PDITS – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável

PE – Pernambuco

PETAR – Parque Estadual Turístico Alto da Ribeira

PI – Piauí

PLS – Projeto de Lei do Senado

PN – Parque Nacional

PND – Programa Nacional de Desestatização

PND – Programa Nacional de Desestatização

PNLM – Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses

PNs – Parques Nacionais

PNT – Plano Nacional de Turismo

PPI – Programa de Parcerias de Investimentos da Presidência da República

PR – Paraná

PRT – Programa de Regionalização do Turismo

PUP – Plano de Uso Público

RJ – Rio de Janeiro

RS – Rio Grande do Sul

SC – Santa Catarina

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SETUR-MA – Secretaria de Estado do Turismo do Estado do Maranhão

SFF – Serviço Florestal Federal

SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza

SP – São Paulo

UC – Unidade de Conservação da Natureza

UFMA – Universidade Federal do Maranhão

UNESCO – Organização das Nações para a Educação, a Ciência e a Cultura

USP – Universidade de São Paulo

WTTC – World Travel & Tourism Council

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	21
INTRODUÇÃO	24
1 NO TOPO DA PAISAGEM DOS “LENÇÓIS MARANHENSES”: antecedentes da pesquisa, universo empírico, produção de dados e objeto de investigação	28
1.1 No topo da paisagem: primeiras considerações sobre os Lençóis Maranhenses.....	28
1.2 Averso das imagens: antecedentes da pesquisa.....	30
1.3 Andanças e miragens antropológicas: sobre o trabalho de campo e a produção dos dados de pesquisa.....	40
1.4 Sobre o universo empírico da investigação.....	62
1.5 Delimitação do tema, objeto de estudo e tese levantada.....	75
2 COMODIFICAÇÃO DA NATUREZA PELO TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO: perspectivas teóricas para a construção e compreensão do problema de pesquisa	85
2.1 Áreas protegidas da natureza: entre o mito da natureza intocada e os artefatos culturais.....	86
2.2 A paisagem como representante da natureza: instituição para o turismo em unidades de conservação.....	99
2.3 Comodificação da natureza: contribuições epistemológicas da natureza enquanto mercadoria.....	102
2.4 Imagens, narrativas e práticas na constituição da natureza comodificada: encontro de estéticas.....	114
3 TURISMO E SUAS ROTAS PELA NATUREZA: uma incursão antropológica sobre a fabricação e reatualização do desejo de retorno à natureza através das viagens turísticas.....	132
3.1 Turismo em tempos de pandemia: impactos, imobilidade e tendências de viagem.....	133
3.2 Objeto marginal: um breve balanço sobre a produção de estudos antropológicos sobre o turismo.....	137

3.3 O turismo como um fenômeno moderno e sua compreensão no âmbito da Antropologia.....	141
3.4 O desejo de “retorno à natureza” e a busca por paisagens autênticas e destinos únicos através do turismo.....	151

4 TURISMO E NATUREZA COMODIFICADA EM ÁREAS PROTEGIDAS: o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e sua constituição turística.....165

4.1 Turismo e/em áreas protegidas: a natureza dos parques nacionais como objeto de consumo.....	166
4.2 Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: unidade de conservação como destinação turística.....	174
4.3 A constituição da natureza commodificada por agências e guias: o processo de fabricação de produtos turísticos no PNLM.....	188
4.4 O olhar dos turistas sobre a natureza commodificada no PNLM: uma primeira aproximação.....	213

5 VISUALIDADES DA NATUREZA COMODIFICADA NO PNLM: entre o *pitresco* e o *instagramismo*.....235

5.1 Turismo, Natureza e Imagens: primeiras aproximações antropológicas.....	236
5.2 O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses através de imagens fotográficas: a problemática do enquadramento da natureza.....	242
5.3 Imagens dos “Lençóis Maranhenses”: a película sobrevivente do pitresco.....	256
5.4 Imagens dos “Lençóis Maranhenses” em um mundo-mosaico: a película do instagramismo.....	267

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....280

REFERÊNCIAS285

APRESENTAÇÃO

A produção desta tese se deu em meio a pandemia da Covid-19 (e suas variantes), que aprofundaram o esgotamento da sociedade devido à (auto)exploração do sistema neoliberal, precarizando a vida de humanos e não-humanos em diferentes níveis, agravando um processo que vem se desenhando perversamente desde a década de 1980, quando o neoliberalismo assumiu a versão dominante do capitalismo, instalando um permanente estado de crise. O vírus é sem dúvida perigoso, mas se torna ainda mais crítico nessa estrutura social, quando expôs/expõe instantaneamente a divisão de classes e suas profundas desigualdades sociais, levando-nos a um impasse planetário, ambiental e humano de um planeta asfixiante¹ e em ruínas². A pandemia da Covid-19, como pudemos/podemos ver, ouvir, saber e sentir, impactou o mundo em inúmeros e diversos aspectos, inclusive o setor do *Turismo*, que é um dos eixos temáticos centrais no presente trabalho.

Diante de um cenário pandêmico – que demandou isolamento e afastamento físico e social, no caso do Brasil, a partir de março de 2020, e antes do início das ofertas de vacinas para a população mundial, que ocorreu no final daquele ano –, as pessoas tiveram que reinventar, em meio à incerteza da vida e a iminência da morte, as relações interpessoais, as práticas sociais e esferas concretas da vida, seja no âmbito do trabalho, da educação, do prazer, mas também do lazer, que em grande medida foram transpostas para o espaço das casas, das redes sociais e para lugares próximos, ressignificando velhas e inaugurando novas categorias de viagens, como *turismo ecológico*, *turismo sustentável*, *turismo de isolamento*, *bleasure*, *slow travel*, *staycation*, e até mesmo o *travel shaming*, que busca expor e criticar publicamente aqueles que estiveram/estão viajando diante das medidas de restrição de mobilidade recomendadas por órgãos internacionais e nacionais

¹ Alguns autores nos ajudam a refletir e compreender as problemáticas sociais e os dilemas humanos impostos pela pandemia da Covid-19, e que aqui podem ser acionados, como: Byung-Chul Han (2021); Boaventura Santos (2020); Mike Davis (2020); Franco Berardi (2020); Achile Mbembe (2020); Krenak (2020).

² Anna Lowenhaupt Tsing (2019) alerta que vivemos em um *mundo de paisagens em ruínas* devido aos impactos da jornada humana nas transformações ambientais do planeta que nos levou a uma crise da biodiversidade e séries desastrosas sobre a vida dos não-humanos. Cabe a nós, segundo a autora, em um estado global de precariedade, “procurar vida” nessas ruínas.

de saúde para conter o avanço do novo coronavírus³. Voltarei à essas questões no segundo capítulo.

Com a pesquisa antropológica e a escrita acadêmica não foi diferente, e nesse sentido, eu muitas vezes, duvidei e adiei o desenvolvimento de etapas de realização da pesquisa porque me questionava, angustiada e temerosa, o que valia realmente fazer e me permitir diante de tal cenário angustiante e desafiador. Além disso, tentava administrar a vida acadêmica e a vida do trabalho, até que consegui, em julho de 2022, um curto afastamento de sete meses do meu trabalho para finalizar a tese.

Dessa forma, este trabalho carrega em parte a insistência de muitas pessoas para que eu não desistisse, sobretudo meu Orientador, que continuamente me instigava, incentivava e comigo reavaliava o que era possível construir. A outra parte da insistência foi se dando por conta da necessidade não só de finalizar mais este ciclo formativo, mas principalmente, de possibilitar através do meu estudo, certa reflexão sobre a problemática da comodificação da natureza em meio ao processo de existir e resistir de famílias tradicionais que vivem sob ameaça sobre seus territórios, não só por causa da exploração de seus lugares pelo turismo que ocorre no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, mas pelo processo de redefinição dos seus limites geográficos, pelo processo de especulação imobiliária, exploração pesqueira, práticas irregulares de pesca e de esporte, de festas..., constituindo assim, uma continuidade nos trabalhos desenvolvidos no âmbito de GERUR⁴, marcados não só por uma *antropologia implicada* (ALBERT, 1995) mas também por uma *sociologia pública* (BURAWOY, 2006).

Quando a pandemia nos impediu de “estar lá” no trabalho de campo, observando e participando da vida de um grupo social, mesmo que fosse para “correr de uma batida policial por conta de uma briga de rinha de galos”⁵, tivemos que construir e reforçar

³ O chamado *isolamento social*, como fenômeno da pandemia da Covid-19, instigou para muitas pessoas a necessidade de irromper o espaço privado da casa, inaugurando novas percepções sobre o sair e estar no espaço público, como por exemplo, transpor essa condição através das viagens. Sobre isso, ver <<https://glamour.globo.com/lifestyle/colunistas/renata-telles/noticia/2021/10/turismo-pos-pandemia-5-tendencias-que-se-popularizaram-e-vieram-para-ficar.ghtml>> e <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/04/16/O-fen%C3%B4meno-do-travel-shaming.-E-o-turismo-na-pandemia>>. Acesso em 10 de jan. 2022.

⁴ Grupo de Estudos Rurais e Urbanos, vinculado à Universidade Federal do Maranhão, que ao longo de sua trajetória vem se dedicando a analisar situações sociológicas de expropriação camponesa, violência sobre grupos tradicionais e minoritários, e mais recentemente, dedica-se através dos trabalhos acadêmicos e técnicos de seus membros e coordenadores, a estudar uma série de problemáticas socioantropológicas no interior da unidade de conservação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, como podemos observar em GERUR (2017); Jorge Santos (2016); Dias (2017), Mendes (2018); Pereira (2018); Santos (2018); Campos (2018); Rocha (2018).

⁵ Aqui me reporto a Geertz (2008) em seu texto clássico “Um jogo absorvente: notas sobre a briga de galos balinesa”.

estratégias metodológicas diante desse contexto, e dentro das possibilidades, utilizar os recursos tecnológicos a nosso favor (como *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*) para realizar a comunicação com nossos interlocutores, seja em uma conversa informal, em uma entrevista, ou como forma de captação de informações de pesquisa⁶.

Há quem diga que a pandemia não veio para nos ensinar nada, veio apenas para devastar nossas vidas⁷, prefiro pensar na *pedagogia do vírus*⁸ que diante de milhões de vidas perdidas, projetos interrompidos, caos político e econômico, desigualdades sociais gritantes, saúde mental aos frangalhos, trabalho extenuante e precário, níveis de desemprego alarmantes, ainda sim, como a esperança emergindo na desgraça, tive que tentar me levantar⁹ e continuar este trabalho.

Assim “levantada”, convido a conhecer este trabalho que reflete sobre o poder das imagens na construção de um imaginário sobre a natureza do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, propagado e vendido turisticamente como sendo um pedaço do “paraíso” que é, entretanto, habitado historicamente por populações tradicionais que tecem ali sua existência para além do turismo.

⁶ A questão do trabalho de campo nas pesquisas antropológicas em tempos de pandemia também se tornou um objeto urgente de reflexão sobre a prática antropológica. Sobre isso ver Oliveira et al (2020); Fiori (2020); Miller (2020).

⁷ Airton Krenak em palestra (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=78ikR_oxrtg&t=2s>. Acesso em 13 de jan. 2022.

⁸ Expressão atribuída por Boaventura de Sousa Santos (2020).

⁹ Alusão ao poema de Maya Angelou, “Still I Rise” (“Ainda assim, eu me levanto”), publicado em 1978.

INTRODUÇÃO

A presente tese analisa a constituição do poder de imagens e narrativas significativas, elaboradas por diferentes atores e agentes, através da reatualização da estética do *pitoresco* e incorporação da estética do *instagramismo*, no processo de comodificação da natureza em produtos turísticos na unidade de conservação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (PNLM/PARNA LM).

O PNLM abrange uma área de 155 mil hectares, inserido nos municípios de Barreirinhas, Santo Amaro e Primeira Cruz. Está localizado no litoral oriental do estado do Maranhão, criado pelo Decreto Nº 86.060, de 02 de junho de 1981.

Pontuam esta pesquisa reflexões sobre as relações entre turismo e conservação da natureza estabelecida nas chamadas Unidades de Conservação da Natureza. Elegi como tema a questão do turismo na unidade de conservação do PARNA LM, buscando compreender a relação entre turismo e natureza por meio de imagens e narrativas, que cooperam para o processo de comodificação do que é entendido como um lugar *natural*, um *paraíso perdido*, como indica Diegues (2008), em que as problemáticas vividas pelas famílias que ali moram e lutam por sua reprodução material e social, antes mesmo da sua instituição, tornam-se invisibilizadas.

Privilegio e inquirio imagens e narrativas referentes ao produto turístico “Lençóis Maranhenses” para a construção do meu objeto de pesquisa, que não é uma situação que se realiza de uma única vez, como apontou Bourdieu (2009), “de uma única assentada, por uma espécie de ato teórico inaugural”, mas o contrário, já que “o programa de observações ou de análises por meio do qual a operação se efetua é um trabalho que se realiza pouco a pouco, com retoques sucessivos, por toda uma série de correções, de emendas” (BOURDIEU, 2009, p. 27). Tal perspectiva aqui enfatizada se justifica porque lança luzes na compreensão das representações, classificações, estratégias e concepções forjadas para o uso turístico de determinados espaços da natureza.

Estabeleço a hipótese de que as imagens e suas narrativas dos/sobre “Lençóis Maranhenses” exercem um poder fundamental no processo de domesticação do olhar e na produção da crença de uma natureza substancializada, transmutada em produto turístico, ao mesmo tempo que cooperam não só para o ocultamento, mas também para a exotização das vidas pulsantes naquele espaço.

Diante da possibilidade de rastrear certas visualidades e representações da natureza em unidade de conservação que cooperam para sua comodificação, levanto a tese de que as imagens e narrativas produzidas por diversos atores e agentes sobre os “Lençóis Maranhenses” como lugar turístico, reatualizam o caráter pitoresco e incorporam o sentido do *instagramismo* no processo de concepção da natureza, conformando-a como um produto turístico. Em poucas linhas, a tese pode ser assim colocada: a comodificação da natureza que ocorre no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses é construída em várias frentes, entre elas, a da visualidade turística, que se torna possível e eficaz por meio do encontro das estéticas do pitoresco e do *instagramismo* presentes em imagens e narrativas produzidas por diferentes agentes e atores no contexto do turismo naquela unidade de conservação.

Meu objetivo com esta tese é contribuir para uma compreensão socioantropológica dessa unidade de conservação de proteção integral, que é o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, dedicando atenção aos mecanismos, sentidos, representações, tensões e interesses de atores e agentes vários, que produzem um modelo de paisagem como produto turístico. Tal modelo é forjado, entre outros fatores, por determinadas visualidades e discursos, diante de um quadro conjuntural favorável à concessão da gestão do turismo a agentes privados, modificação do perímetro original e pelos problemas relacionados com a existência de populações tradicionais que estão ali presentes antes da criação do Parque. O intento desta tese, portanto, é chamar atenção para os diferentes fatores que forjam um quadro ideológico da natureza, que fixa determinados significados para lugares e paisagens esvaziados de história, contribuindo para a comodificação da natureza.

Esta tese está dividida em cinco capítulos, além da apresentação, introdução e considerações finais. No primeiro capítulo, “No topo da paisagem dos “Lençóis Maranhenses”: antecedentes da pesquisa, universo empírico, produção de dados e objeto de investigação” apresento minhas ideias iniciais de pesquisa, o PNLM como unidade sociológica de investigação, a construção dos dados de pesquisa e a definição do meu objeto de estudo. No segundo capítulo “Comodificação da natureza pelo turismo em unidades de conservação: perspectivas teóricas para a construção e compreensão do problema de pesquisa”, apresento os aportes teóricos que inspiram e orientam o estudo. Utilizo a analogia da ideia de *circuito* turístico para situar e percorrer as perspectivas teóricas e os conceitos aqui mobilizados. O circuito se inicia no entendimento teórico das unidades de conservação como *artefatos culturais*, que possibilita recuperar a

historicidade da sua constituição enquanto um conceito importante nos desafios da conservação ambiental, bem como, perceber o teor político e institucional na sua composição e as problemáticas concretas da sua efetivação e continuidade, destacando o contexto brasileiro. Outro ponto do circuito é a análise da relação entre natureza e turismo nas unidades de conservação, considerando o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, que será refletiva no campo da Antropologia e Turismo, buscando perceber a construção da natureza como um produto turístico do mercado de bens simbólicos. Avançando, abordo o conceito de comodificação da natureza, realizando um percurso histórico e sociológico da sua constituição, enquanto conceito e fenômeno social, desde a perspectiva marxista às mais contemporâneas que buscam evidenciar as múltiplas problemáticas e desafios na relação entre comodificação e consumo da natureza na contemporaneidade do capitaloceno, principalmente através do turismo, refletindo a situação do meu universo de investigação. A última questão do circuito teórico é quanto ao papel das imagens, fixas ou em movimento, e suas narrativas, no processo de fabricação da natureza comodificada em produto turístico, que se utiliza de determinadas estéticas – *pitoresco* e *instagramismo* – para sua eficácia, conformando e reproduzindo certas representações da natureza que justificam as maneiras de percebê-la e consumi-la.

O terceiro capítulo “Turismo e suas rotas pela natureza: uma incursão antropológica sobre a fabricação e reatualização do desejo de retorno à natureza através das viagens turísticas”, realiza uma discussão sobre a emergência do turismo como um objeto de estudo marginal nas Ciências Sociais, especialmente na Antropologia, observando as problemáticas e os debates aí empreendidos no contexto brasileiro. Além dessa, outra discussão, que não pode ser perdida de vista, trata sobre o turismo como um fenômeno moderno da sociedade capitalista, marcado pelo desejo de reatualizar o retorno à natureza, destacando as condições sociais e transformações históricas que modelaram uma nova percepção e uma nova relação com a natureza, que possibilitou, inclusive, a criação de áreas protegidas, como o caso dos Parques Nacionais.

Intitulado “Turismo e natureza comodificada em áreas protegidas: o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e sua constituição turística”, o quarto capítulo explora a discussão sobre o turismo nas unidades de conservação dos Parques Nacionais privilegiando o caso do PNLM, de modo a identificar o funcionamento dessa atividade através do recorte do trabalho de agências e guias, com a criação de roteiros, circuitos e passeios em áreas do parque previstas no Plano de Uso Público, as estratégias utilizadas, as especificidades, e as imagens e narrativas mobilizadas para apresentação dos seus

pacotes e produtos turísticos e as disputas que se constituem em torno da atração e convencimento dos turistas em consumir tais produtos turísticos.

O quinto capítulo nomeado “Visualidades da natureza comodificada no PNLM: entre o pitoresco e o instagramismo” visa demonstrar, a partir de uma análise relacional entre imagens, narrativas e práticas, processos de coadunação, continuidade e incorporação de determinadas estéticas – a do *pitoresco* e a do *instagramismo* – que cooperam para a produção da crença e eficácia simbólica de uma natureza comodificada em produtos turísticos, apresentados e consumidos em imagens, discursos e performances, que invisibilizam, escamoteiam, descontextualizam ou ignoram a complexidade das vidas humanas e não-humanas presentes no Parque. Produzem, assim, princípios de di-visão da natureza por meio de esquemas homogeneizadores de percepção e apreciação que cristalizam a ideia de *paraíso* como designativo do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

1 NO TOPO DA PAISAGEM DOS “LENÇÓIS MARANHENSES”: antecedentes da pesquisa, universo empírico, produção de dados e objeto de investigação

1.1 No topo da paisagem: primeiras considerações sobre os Lençóis Maranhenses

“VOCÊ PRECISA CONHECER ESSE PARAÍSO! A areia branca e fina marca o paradisíaco caminho percorrido pelos viajantes em meio ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. As lagoas de água doce entre as dunas formam um cenário único em todo o mundo e é impossível não se emocionar ao chegar no topo da paisagem e ver a imensidão dos Lençóis Maranhenses. E o melhor dos Lençóis Maranhenses é que, a cada nova porção de água entre as dunas, a sensação de estar no paraíso se repete¹⁰.”

Figura 1: Imagens de divulgação dos “Lençóis Maranhenses”, por usuário do *Instagram*



Fonte: Elaborada pela autora a partir de imagens coletadas do *Instagram* @Tripmundao, 2023.

¹⁰ Descrição do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses do criador de conteúdo digital sobre turismo @tripmundao, em post do *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CkJE33sOP0o/?utm_source=ig_web_copy_link>. Acesso em 30 de outubro de 2022.

A pequena, mas densa narrativa e as imagens-acompanhantes acima nos lançam emotivamente o convite para *conhecer e estar no paraíso*: o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Para além do convite, esse conjunto narrativo-imagético parece sintetizar a representação da paisagem deste lugar por meio de uma quase fórmula social sobre a natureza: cenário único, prisco e desabitado, de beleza cênica composta pela imensidão de dunas alvas e sinuosas e lagoas coloridas, céu espetacular e o turista solitário no topo da paisagem.

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – PNLM – é atualmente um dos destinos turísticos mais desejados por turistas de todas as partes do mundo. Mas, quantos desses turistas sabem que, mais que ícone do turismo de natureza, representado como um *paraíso surreal*, que combina uma paisagem marcada por dunas alvas, céu azul, sol brilhante e lagoas cristalinas, propagado como o “destino perfeito para aqueles que buscam aventura e contemplação da natureza”¹¹, é também uma unidade de conservação que abriga, antes mesmo da sua instituição oficial, na década de 1980, centenas de famílias de comunidades tradicionais que ali vivem e lutam pela permanência em seus territórios?

Antes da minha primeira ida aos Lençóis Maranhenses, em fins de 2019, ouvia recorrentemente de pessoas que já haviam ido e lia, vez ou outra, depoimentos em redes sociais, termos que o descreviam como “paraíso”, “deserto brasileiro”, “lugar indescritível”, “beleza surreal”, e qualificavam a experiência como “única” e necessária de ser realizada pelo menos uma vez na vida! Quem não quer ir a esse “paraíso” e ser tomado por tal emoção, como descrito na narrativa que abre este capítulo? Como não sentir encantamento pelas imagens que retratam tal *paraíso*, como aquelas acima apresentadas?

O “desejo” de conhecer os Lençóis Maranhenses e a “escolha” por esse destino de viagem, porém, são entendidos aqui como parte de uma ordem social construída e de uma relação específica com a natureza, sobretudo, mediada por imagens. Não basta reconstituir historicamente tal processo, mas compreender sociologicamente a reunião das condições sociais que permitiram (ou não) criar e consolidar certas imagens,

¹¹ Classificação atribuída ao Parque Nacional dos Lençóis pelo órgão ambiental do governo brasileiro que gere as Unidades de Conservação federais, ICMBio, presente na apresentação do seu site oficial, como espécie de guia ao visitante. Disponível em: <<https://www.icmbio.gov.br/parnalencoismaranhenses/guia-do-visitante#:~:text=O%20Parque%20Nacional%20dos%20Len%C3%A7%C3%B3is,e%20contempla%C3%A7%C3%A3o%20da%20natureza!!>>. Acesso em 15 de janeiro de 2022.

imaginários, representações e emoções que atuam sobre a comodificação e consumo da natureza como destino turístico. Será a minha forma de ir a esse *paraíso*!

1.2 Aveso das imagens: antecedentes da pesquisa

Meu projeto de pesquisa inicial de doutorado visava aprofundar os investimentos da pesquisa realizada durante o mestrado em Ciências Sociais (PPGSoc/UFMA), que me permitiria compreender o que chamei de “o *continuum* da resistência camponesa: dos enfrentamentos cotidianos à luta na arena pública”, a partir do caso de expropriação socioambiental vivida pelas famílias do povoado de Demanda, em Santo Antônio dos Lopes, localizado na região maranhense do Médio Mearim¹².

Essa situação foi modificada quando me integrei ao projeto de pesquisa “A produção da natureza: populações tradicionais, territorialidades e a constituição de paisagens no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses”, coordenado pelo meu atual Orientador, que me levou à novas miradas antropológicas, possibilitando conhecer outras configurações sociais vividas por famílias tradicionais no estado do Maranhão. Desta vez, no litoral oriental do estado, na unidade de conservação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, que também se constituiu como *destino turístico*. O deslocamento não foi apenas geográfico, mas sobretudo temático, que não tinha nenhuma proximidade até então. Além disso, o referido projeto é o desdobramento de um conjunto de reflexões relativas ao relatório de pesquisa “*Plantar, Criar, Pescar: comunidades tradicionais e modalidades de interação com a natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses*”¹³ desenvolvido pelo Grupo de Estudos Rurais e Urbanos da Universidade Federal do Maranhão (GERUR/UFMA), entre os anos de 2014 e 2017. A pesquisa que originou o Relatório Final (2017) acima mencionado gerou inúmeros outros estudos¹⁴, além de suscitar discussões e problematizações de pesquisa aos membros do GERUR, ao qual pertenço desde a minha graduação em Ciências Sociais, a partir de 2006. Tais

¹² Sobre os resultados da pesquisa de mestrado ver COSTA (2015) e COSTA (2018).

¹³ Realizado sob a coordenação dos Profs. Drs. Maristela de Paula Andrade e Benedito de Souza Filho, com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão – FAPEMA, no âmbito do edital de Cooperação Internacional N. 044/2013.

¹⁴ Ver Jorge Santos (2016); Gomes (2017), Mendes (2018); Pereira (2018); Santos (2018); Campos (2018); Rocha (2018).

estudos foram fundamentais para que eu me aproximasse e conhecesse o meu universo empírico de investigação.

A partir do panorama propiciado por aqueles trabalhos, bem como pelo apelo turístico das imagens do Parque que me instigavam antes mesmo de conhecê-lo, procurei refletir sobre as concepções de natureza presentes nas imagens que tive contato. Quais são elas e como são construídas? Em que medida essas imagens cooperam para a percepção e apreensão da natureza em um circuito turístico? Essas imagens nos ajudam a “ver” sociologicamente diferentes relações, interações, fluxos, jogos continuamente construídos em função do turismo?

As imagens do Parque veiculadas pela mídia, redes sociais, revistas de turismo, comumente, conferem um caráter cênico e consolidam o modelo de contato, conservação e preservação da natureza através da *contemplação* (DIEGUES, 2008). Por meio de atributos e significados associados aos elementos da natureza essas imagens se tornam convidativas para o turismo, ao mesmo tempo em que reforçam a ideia de *natureza intocada* (DIEGUES, 1997; 2008), pois, segundo o autor, tais classificações sobre a natureza e sobre o espaço pertencem ao plano da imaginação de uma estética que a considerada como uma dimensão “dada”, um cenário acabado e permanente. Em que medida, tais concepções nos permitem perceber sociologicamente os usos e as formas de interação da/com a natureza?

Nesse sentido, interessei-me em estudar a constituição do que nomeei como “avesso” das imagens das paisagens do PNLM, comumente divulgadas com forte apelo turístico, e compreender as relações que se estabeleciam nas disputas pela natureza e as diferentes apropriações do seu uso a partir das posições dos/entre variados agentes e atores, inclusive as comunidades tradicionais.

A ideia de pensar o *avesso das imagens* se relaciona ao processo de reflexão e compreensão sobre “o outro lado”, sobre o que não aparece em primeiro plano no que costuma se apresentar e se representar daquela paisagem. Nesse sentido, deparei-me com alguns trabalhos fora da antropologia que me ajudaram a estabelecer uma proximidade com a ideia de *avesso*, como os que exponho a seguir.

O fotógrafo inglês Oliver Curtis lançou uma série fotográfica em 2012, intitulada “Volte-face”, a partir de um certo incômodo sobre as suas recordações de viagens pelos pontos turísticos mais famosos do mundo, já que não conseguia se lembrar do que estava à volta dos monumentos e paisagens icônicas. Para resolver isso, direcionou sua câmera na direção oposta para olhar e registrar outros lugares, favorecendo o incidental sobre o

monumental, de modo a “virar e ver um novo aspecto dos locais” demasiadamente fotografados. Segundo o fotógrafo, a estranheza de sua posição de “virar” o fez refletir sobre o que ele chama de *paisagens negligenciadas*, diante da facilidade em esquecer que esses atrativos também são locais de trabalho marcados por uma diversidade espantosa, que se torna, em grande parte, invisível pela prática turística. No entanto, para Oliver Curtis, apesar dos “pontos de referência” da paisagem turística – dos lugares que visitou, como as Pirâmides de Gizé, no Egito, o Palácio Taj Mahal, na Índia, o Parthenon, na Grécia, a Estátua da Liberdade, nos Estados Unidos – não estarem presentes nos enquadramentos das suas fotografias registradas, as suas imagens autorais ainda estariam impregnadas de sua *aura*, revelando, por assim dizer, o avesso de tais imagens¹⁵.

Também em 2012, a fotógrafa e *design* brasileira Letícia Lampert lançou a série fotográfica “Avessos”, composta por fotografias posicionadas em dípticos de uma mesma janela, criando uma imagem que a apresenta por dentro e outra imagem que a mostra por fora. Aqui, diferente do primeiro fotógrafo, temos duas ideias para pensar a noção de *avesso*, já que Lampert busca evidenciar a falta de conexão ou as diferenças dos ambientes da casa e da rua, dos espaços privado e público, colocando-os em um único plano fotográfico, a partir da ferramenta do díptico, as oposições “de dentro” e “de fora”, lado a lado, em uma espécie de confronto dessas dimensões, além de fazer “uma referência à própria fotografia e sua cultura técnica, com a ideia de negativo e positivo, e a própria câmera escura”¹⁶.

O conto “O olho torto de Alexandre”, de Graciliano Ramos¹⁷, acrescenta à nossa reflexão da ideia de *avesso* das imagens, quando ao contar para sua pequena plateia de vizinhos a razão do seu olho defeituoso numa luta com uma onça em um espinheiro. Primeiro perdeu o olho esquerdo, que o fazia enxergar as coisas incompletas; depois, encontrando-o, encaixou-o no buraco vazio, o que permitiu ver as coisas por dentro: miolos, pessoas, pensamentos, órgãos, “tudo miudinho”, porque o olho fora colocado *do avesso*. Via agora tudo o que estava dentro e o que estava fora, de modo a enxergar a

¹⁵ A divulgação deste trabalho fotográfico de Oliver Curtis, aqui no Brasil, ocorreu a partir de 2016. Além de vários sites, é possível acompanhar em: <<http://www.resumofotografico.com/2017/10/fotografo-revela-o-avesso-dos-monumentos-famosos.html>>. Acesso em 27 de dez de 2021. O fotógrafo comenta o processo de criação da referida série fotográfica em seu portfólio disponível em seu site: <<https://olivercurtis.co.uk/portfolio/volte-face>>. Acesso em 27 de dez de 2021.

¹⁶ Letícia Lampert iniciou o referido trabalho fotográfico em 2011, sob o título “O Averso lá de fora é aqui dentro” e, no ano seguinte, finalizou-o com o título “Avessos”. A série fotográfica pode ser apreciada em <<https://www.leticialampert.com.br/home-2/art/avessos/>>. Acesso em 27 de dez de 2021.

¹⁷ O conto é lançado originalmente em 1944, no livro “Histórias de Alexandre”, que teve reedição em 1962, com o título “Alexandre e outros heróis”.

metade das coisas que cada olho, em sua posição, permitia. Mas, tão logo, meteu o dedo no buraco do rosto e retirou o olho esquerdo do estado de avesso, fazendo, assim, com que tudo se tornasse “direito”, e “aqueles troços do interior se sumirem e o mundo verdadeiro ficasse perfeito”, conforme sua explicação aos ouvintes.

A narrativa desse personagem nos possibilita pensar não só sobre a ideia de *avesso*, mas do que o *avesso* possibilita para a percepção das coisas, das pessoas e dos espaços. Embora estejamos no campo ficcional do conto, é possível utilizá-lo para estabelecer uma analogia no exercício investigativo de pensar o *avesso* das imagens turísticas dos “Lençóis Maranhenses”, na medida em que lançamos um olhar para dentro e para além do fluxo de imagens que se/o apresentam; “virar o olho para dentro”, como Alexandre, é estar atento a outros elementos que não aparecem na composição fotográfica do pôr do sol entre dunas e lagoas.

Philippe Descola (2016), em seu curto texto “O avesso do visível: ontologia e iconologia”, enveredando para o campo da Arte para realizar uma antropologia da figuração, reflete sobre a gênese das imagens rastreando o seu “avesso” para tornar seus significados acessíveis para além dos públicos a quem são destinadas originalmente. Realiza uma operação analítica que revela as funções, os simbolismos, as exigências, as evoluções estilísticas e mudanças de sentido que afetaram para “o fora” da imagens. A figuração, especifica o autor, “é a operação universal em que um objeto material qualquer é investido de modo ostensivo de uma “agência” socialmente definida em seguida a uma ação de modelagem, de disposição, de instalação ou de ornamentação” (p. 128). Tal operação que transpassa “o forro do invisível” – expressão de Merleau-Ponty citada por Descola –, confere ao objeto um potencial de evocação icônica de um protótipo real ou imaginário que é ativada na imagem.

Embora sua pretensão seja discutir a gênese das imagens a partir da tese da existência de uma “operação universal” em formas ontológicas, o que nos serve é o seu tratamento quanto à ideia do *avesso do visível* e o que se esconde por lá e de lá projeta potenciais icônicos de uma porção do real ou do imaginário. O que nos possibilita apreender outras operações sociais, políticas e simbólicas que são investidas no processo de construções de imagens de um destino turístico, neste caso, dos “Lençóis Maranhenses”.

Tais contribuições acima elencadas me ajudaram de alguma forma a me aproximar da ideia de *avesso*, que nos termos de Barthes (1990) pode ser entendida como o contrário do *óbvio* das imagens, isto é, o *obtusos* delas. Através da análise de imagens de fotogramas

do filme “Ivan, o Terrível” (parte I, de 1944), do professor e cineasta russo Serguei Mikhailovitch Eisenstein¹⁸ (1898-1948), Barthes busca compreender esta última noção desenvolvida através da distinção dos *níveis de sentidos* contidos em uma cena fotográfica. Segundo o autor, há um nível de *comunicação*, que é o nível informativo que acumula todo conhecimento que é trazido pelo cenário, pelos personagens, pelo vestuário e a relação entre esses elementos inseridos em uma trama conhecida, mesmo que de maneira vaga, pelo espectador. O outro nível é o *simbólico* que apresenta uma série de simbolismos estratificados – *referencial* (relacionado ao tema principal, neste caso, é o ritual imperial do batismo com ouro na cabeça de Ivan), *diegético* (relacionado ao tema narrado que é o da riqueza do ouro), *eisensteiniano* (relacionado à composição narrativa característica do autor) e *histórico* (relacionado à interferência material ao jogo de cena), que constituem em conjunto um plano de *significação*. No primeiro nível, o interesse está na *mensagem* e no segundo nível, no *símbolo*. Mas, para Barthes, isso não é tudo, já que estabelece um *terceiro sentido* na cena da imagem observada, que “parece desdobrar suas asas para fora da cultura, do saber, da informação” (BARTHES, 1990, p. 47-48), mesmo que desconheça seu significado e não consiga lhe dar um nome apropriado.

Ao tomarmos as duas imagens (Figura 1) e a narrativa iniciais deste capítulo pela referência de Barthes, em um pequeno exercício de observação dos seus níveis de sentido, podemos indicar que o *plano da comunicação* informa uma “trama conhecida mesmo que vaga” em um “cenário” com elementos naturais fixos: um lugar de natureza única, exuberante e prístina de dunas e lagoas. Uma mensagem possível é quanto a possibilidade de estabelecer a ideia a partir de que é possível *conhecer* e *estar* na imensidão deste lugar na condição de turista. Quanto ao *plano da significação*, uma das possíveis interpretações é quanto a perspectiva simbólica da *natureza como paraíso* ou até mesmo da *natureza intocada*, como nos diz Diegues (1997; 2008).

Parecia-me interessante perseguir a “ideia do avesso das imagens”, já que intuía o *avesso* como expressão para aquilo que não aparecia nas imagens turísticas de postais, redes sociais, revistas de turismo, estes, repositórios das imagens e informações do que eu conhecia dos Lençóis Maranhenses. O *avesso*, era, pois, o que não estava no enquadramento das imagens comuns de lagoas coloridas e dunas alvas. Mas, depois da minha primeira ida à Barreirinhas, em maio de 2019, novas questões emergiram, que me fizeram perceber que a ideia do “avesso das imagens” me parecesse limitadora, pela

¹⁸ Famoso cineasta russo que dirigiu um dos filmes mais importantes da história do cinema, e sua grande obra-prima “O Encouraçado Potemkin”, de 1925.

minha tentativa de realizar um novo enquadramento, desta vez, pelo *avesso*, fechando em outras imagens investigadas e produzidas, novos avessos, e não revelando a complexidade que poderia emergir das paisagens.

Sentia que investigar “o avesso” era reduzir a riqueza das configurações existentes no PNLN. O que poderia resultar em um efeito contrário ao que me propunha, na medida em que “imagens do avesso”, embora revelassem o *obtusos*, também realizariam um processo de invisibilização de outros avessos e reificariam de certa maneira “o avesso” que assim eu definisse. Por outro lado, eu poderia “conhecer o avesso” das imagens do PNLN por outras vias que não a das imagens, mas pelos trabalhos produzidos por pesquisadores de várias áreas do conhecimento, que discutem sobre variadas questões referentes às problemáticas do turismo naquela unidade de conservação e seus impactos sobre o modo de vida das famílias que ali vivem. Tais trabalhos quando identificados e pensados de forma conjunta me fornecem *outras imagens* sobre o PNLN.

Por exemplo, Carvalho (2004), em seu estudo, busca compreender o desenvolvimento do turismo no PNLN de acordo com os princípios da sustentabilidade, com foco nas atividades turísticas locais. Seu trabalho é importante porque sua análise é construída nos primórdios da emergência do turismo no PNLN, a partir dos anos 2000. Demonstra o impacto da inauguração da estrada (BR-402) que liga a capital ludovicense à Barreirinhas na redução do tempo e facilidade de acesso aos turistas, além de refletir sobre as expectativas dos moradores, donos de pousadas, donos de agências, poder público local e as relações com os turistas naquele contexto histórico, indicando que naquele momento “a magia dos Lençóis” começava a ser conhecida por turistas do mundo inteiro. O estudo de Rocha (2022), ainda em termos das condições infraestruturais para o desenvolvimento do turismo no PNLN, promove uma análise dos impactos no turismo no município de Santo Amaro a partir da construção de outra rodovia importante, a MA-320 e suas implicações na realidade local. Esta importante rodovia foi inaugurada em 2018 e liga o município à BR-402, facilitando o acesso a esse destino turístico do PNLN.

Para Ramos (2012), a construção da rodovia BR-402 é apenas uma das condições materiais que cooperaram para que aquela região fosse inserida no circuito nacional e internacional de turismo. Segundo a autora, “essa região já sofria influência do desenvolvimento capitalista desde a chegada do rádio, das estradas que se abriram diante da ação da Petrobrás, da energia elétrica e televisão nos anos de 1960 e 1970” (RAMOS, 2012, p. 12). Indica-nos, assim, a autora:

Nas décadas de '60 e '70 ainda não se dava a esse território a denominação de Lençóis Maranhenses. [...] era conhecida por suas características geográficas como “morrarias” pelos habitantes dos povoados localizados na região das areias, geralmente pescadores, que conheciam os caminhos que chegavam ao mar. Posteriormente, com as primeiras expedições do Projeto RADAM Brasil e Petrobrás, na década de '70 foi utilizado o termo “cordões de dunas”, que passou a se incorporar ao vocabulário da população local. (RAMOS, 2012, p. 22).

Aspecto interessante ressaltado por Ramos (2012) é quanto às classificações sobre o espaço, ancoradas, sobretudo, nos aspectos geofísicos, em que a denominação local *morrarias* (classificação nativa para designar a extensa faixa de areia onde se combinam dunas e lagoas temporárias e permanentes (D'ANTONA, 2000, p. 121) – perdeu seu poder para outras nomenclaturas “mais atrativas” para o turismo, que se tornaram dominantes, como é o caso da expressão “Lençóis Maranhenses”. Ou seja, naquele espaço, entre 1960 e 1970, não ocorre somente o processo de transformação na esfera da infraestrutura, mas também no plano simbólico.

Ainda nesse sentido, Silveira (2013) destaca a categoria *morraria* não somente no corpo, mas no título do seu trabalho de conclusão de curso em forma de reportagem, indicando que “a morraria passou a se chamar Lençóis Maranhenses em 1981” (p. 4) no âmbito da criação do parque nacional. Este, uma proposta do Projeto RADAM-BRASIL¹⁹, que visava realizar, a partir de 1970, o sensoriamento remoto do território amazônico e depois brasileiro por meio de levantamentos dos recursos naturais. Tal projeto fazia parte do Programa de Integração Nacional (PIN). O trabalho da autora tem um sentido de *avesso* quando indica que seu objetivo é “fugir da angulação dos Lençóis Maranhenses como principal destino turístico do Maranhão” através da construção de uma reportagem como “experiência etnográfica” que destaca as memórias e as histórias dos moradores contadas por suas próprias vozes. Nas linhas de sua reportagem, acompanhada de imagens que captam a vida cotidiana das famílias tradicionais, a descrição sobre a *morraria* é assim descrita:

Na morraria, vive uma gente que reconhece o rastro dos outros na terra. Que toma café com tapioca, com farinha ou com leite mesmo. Uma gente que precisa de licença ambiental para reformar a casa. Um lugar onde há apenas verão e inverno. A chuva do primeiro semestre enche as lagoas e os rios se o inverno for bom. A partir de agosto, começa a seca, o vento fica mais forte e

¹⁹ Sobre isso ver em: <<http://www.cprm.gov.br/publique/Geologia/Sensoriamento-Remoto-e-Geofisica/RADAM-D-628.html>>. Acesso em 01 de março de 2023.

as dunas se movimentam. Onde há pesca, roça e criação de animais soltos (SILVEIRA, 2013, p. 3).

Diante disso, Silveira (2013) enche o *avesso* das imagens cristalizadas/cristalizadoras do PNLN da *natureza intocada* (DIEGUES, 2008) de gente, de trabalho, de plantas, de animais, de rastros, de lutas, de história, de feitos pequenos e cotidianos, como na imagem abaixo:

Figura 2: Roça de Seu Inácio, Povoado Mocambo, em meio às dunas



Fonte: Silveira, 2013.

Rodrigues (2011), ao realizar estudo sobre os efeitos do discurso da propaganda oficial sobre os Lençóis Maranhenses na fabricação do lugar turístico e da sua divulgação como destino de viagem a ser “descoberto”, dada a existência das condições estruturais de acesso e hospedagem, preocupa-se também em apresentar informações relativas ao modo de vida das famílias locais. À época da sua pesquisa, apontou:

A comunidade residente no Parque é constituída por um contingente de aproximadamente 215 famílias que praticam a agricultura de subsistência e a pesca artesanal. A atividade agrícola é desenvolvida durante o ano todo com o cultivo de culturas permanentes (coco, jaca, caju e carnaúba) e temporárias

(milho, arroz, feijão e mandioca). A pesca artesanal é realizada nas lagoas naturais e na zona litorânea, com a utilização de redes de emalhar, puçá e tarrafa. As populações tradicionais residem nas comunidades de Baixa Grande, Queimada dos Britos e Travosa. Nos povoados de Baixa Grande e Queimada dos Britos, a população residente sobrevive do cultivo de arroz e de murici e da criação de bovinos, caprinos e suínos. Em Travosa, a comunidade vive basicamente da pesca artesanal, utilizando vários apetrechos de pesca como zangaria, caçoeira e malhão. A economia de toda essa região está ligada à pesca artesanal, à agricultura, ao artesanato e principalmente ao turismo de massa que, atualmente, sobretudo em Barreirinhas, detém um número considerável de equipamentos turísticos. Na agricultura, registra-se o cultivo de mandioca, arroz, feijão, cana de açúcar, milho, banana, castanha de caju, coco da praia, laranja e melancia (RODRIGUES, 2011, p. 71-72).

A autora, embora mencione poucas localidades, privilegiando o universo de Barreirinhas, em que vivem as *populações tradicionais* do Parque, indica-nos a riqueza das atividades econômicas desenvolvidas pelas famílias, que lhes garantiam, podemos intuir, antes mesmo da instituição do Parque e constituição do turismo, sua reprodução econômica e social, possibilitando relativa autonomia.

Dias (2017) se dedicou a estudar os processos de territorialização das *comunidades tradicionais* do PNLM e as transformações na organização social e econômica desses grupos, a partir da atuação dos agentes de órgãos ambientais do Estado desde a criação dessa unidade de conservação de proteção integral, em 1981. Em sua pesquisa busca identificar que localidades são essas através do seu trabalho etnográfico e levantamentos secundários. Seus interlocutores compartilharam com a pesquisadora a memória coletiva do grupo e a avaliação que faziam sobre a criação do Parque e os possíveis impactos sobre suas vidas, resumida na expressão “tempo de muito chapéu e pouca cabeça, de muito pasto e pouco rastro”, emergida nas conversas com seus entrevistados. A autora assim nos explica:

A expressão “tempo de muito chapéu e pouca cabeça, de muito pasto e pouco rastro” surgiu durante uma conversa com Dona Maria Elísia e o Sr Antonio Reis, filhos de antigos moradores de Tucuns, quando falavam da história dessa localidade, se referindo ao que os mais velhos previram que iria acontecer, quando souberam, em 1981, que Tucuns, e outras localidades, tinham sido “vendidos” para fazer “preservação dos matos e criar raposa, onça e lobo e que para isso, iriam retirar os habitantes e deixar os animais”. Nesse contexto, lembraram que os mais velhos diziam que mais tarde viria “perseguição para cima dos moradores – vai chegar um tempo que aqui vai ser muito chapéu e pouca cabeça, muito pasto e pouco rastro”. Perguntados sobre o significado dessa expressão diziam que os mais velhos explicavam: “muito chapéu são as casas e pouca cabeça são as pessoas que vão embora e as casas velhas vão ficar para cobras e maribondos” (DIAS, 2017, p. 136).

Além dessa constatação etnográfica sobre o processo de expropriação territorial, Dias (2017) identifica para a região de Barreirinhas localizada dentro do perímetro do PNLM, as classificações locais e as possibilidades de uso quanto às especificidades de ecossistemas, a partir de formas particulares de manejo, autodenominadas como *região das praias* (localizada à leste do perímetro do Parque, mais próxima de praias e do campo de dunas e com maior disponibilidade de recursos hídricos) e *região das areias* (localizada ao sul e oeste do perímetro do PARNA Lençóis Maranhenses, mais distante do litoral e do campo de dunas, é composta por um número maior de localidades). A autora identificou aproximadamente 23 localidades: Achuí, Atins, Baixa da Onça, Baixa Grande, Bom Jardim, Buriti Amarelo, Bracinho, Buritizal, Canto do Atins, Cedro, Janaúba, Lagoa da Esperança, Lavado do Sula, Mata Fome, Mirinzal, Mocambo, Ponta do Mangue, Santo Antônio, Santo Inácio, Tratada dos Carlos, Tratada de Cima, Tucuns e Vargem D'água, onde:

Nas localidades da *região das praias*, embora as famílias desenvolvam a agricultura, a criação de animais, o artesanato e o extrativismo, a pesca é a atividade mais referenciada pelos grupos familiares. Nas localidades situadas na *região das areias*, os grupos familiares apontam a agricultura e a criação de animais como sendo as atividades principais, além de desenvolverem outras atividades como a pesca, o extrativismo e a produção de artesanato (DIAS, 2017, p. 109).

A identificação quantitativa e nominal das comunidades e a qualificação sociocultural dessas famílias realizadas pela pesquisadora nos garante visualizar as dinâmicas sociais, territoriais e econômicas dos grupos que historicamente vivem no PNLM, mesmo que a partir da referência de uma porção do seu perímetro total. Nesse sentido, podemos destacar os trabalhos de Jorge Santos (2016), Santos (2018), Cutrim (2019), Romeiro (2019) que destacam diferentes atividades econômicas – como produção de castanha de caju, criação de animais, pesca artesanal, mariscagem –, desenvolvidas tradicionalmente pelas famílias do PNLM.

A vida social das *comunidades tradicionais* do Parque, em sua historicidade mais recente, vem sendo atravessada pela esfera do turismo, produzindo inúmeros efeitos e impactos socioeconômicos e ambientais, de modo que também é incorporada nas dinâmicas e estratégias econômicas das famílias de diferentes povoados da unidade de conservação.

Nesse sentido, Santos (2021) analisa certas estratégias de algumas famílias do povoado Atins que indicam diferentes arranjos econômicos que visam a compatibilização das atividades tradicionalmente realizadas com aquelas voltadas ao turismo, atentando para a construção social da vida no que é considerado *tempo da pesca e tempo do turismo*. Romeiro (2023), em pesquisa realizada no mesmo povoado, indica que após o processo de requalificação do território em parque nacional, as famílias passaram a desenvolver atividades turísticas conforme a sazonalidade da baixa e alta temporada. Essa nova relação para a autora é entendida, a partir da perspectiva scottiana (SCOTT, 2002), como uma *forma cotidiana de resistência* mediante as limitações, imposições e constrangimentos da legislação e por agentes econômicos e políticos.

Outros trabalhos possibilitam observar nuances, densidades e complexidades produzidas no âmbito do turismo na unidade de conservação do PNLN e seus desdobramentos socioambientais para o território e para as populações tradicionais que ali vivem, como aqueles produzidos no âmbito do GERUR/UFMA, com citei em notas anteriores: GERUR (2017); Jorge Santos (2016); Dias (2017), Mendes (2018); Pereira (2018); Santos (2018); Campos (2018); Rocha (2018), além daqueles de outras áreas como: Graça (2007; 2010; 2011); Silva (2008); Costa (2009); Costa (2015); Costa e Terra (2016); Castro (2012; 2021); Santos (2021) e Ribeiro-Novaes (2021).

O que esses trabalhos me indicam são camadas do *avesso* que eu perseguia, fazendo-me delinear não somente meu objeto de estudo, mas compreender meu universo empírico. Tentei, entretanto, não abandonar a “questão das imagens turísticas” por completo, mas tomá-la como um fenômeno cultural importante dentro de um sistema de relações sociais, históricas e pictóricas inscritas em um contexto marcado pelo turismo.

1.3 Andanças e miragens antropológicas: sobre o trabalho de campo e a produção dos dados de pesquisa

Nesta seção apresento o processo de construção dos dados de pesquisa, alcançados pelo trabalho de campo, em que foram realizados: entrevistas, observações diretas, acompanhamento de turistas em passeios a atrativos do PNLN, conversas informais, visitas a agências, produção de vídeos e fotografias, bem como pelo trabalho de busca e seleção de imagens fixas e em movimento, coletadas em revistas, livros, sites, repositórios

e redes sociais. A delimitação dos agentes, atores e lugares do PNLM pesquisados, os tipos de informações buscadas, as formas de interação, as limitações do campo serão também expostas.

Realizei entre maio de 2019 a agosto de 2022 cinco incursões de trabalho de campo, nas localidades de Primeira Cruz, Santo Amaro e Barreirinhas, conforme indicadas no Quadro 1.

Quadro 1: Etapas de campo no PNLM (2019-2022)

Trabalho de Campo	Localidade	Período
Etapa 1	Primeira Cruz, Santo Amaro e Barreirinhas	03 a 06 de maio de 2019
Etapa 2	Santo Amaro e Barreirinhas	14 a 18 de novembro de 2019
Etapa 3	Atins, Barreirinhas	01 a 05 de novembro de 2021
Etapa 4	Barreirinhas	23 a 27 de julho de 2022
Etapa 5	Santo Amaro	20 a 22 de agosto de 2022

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Minhas duas primeiras idas ao PNLM, em maio e novembro de 2019²⁰, deram-se no âmbito do Projeto “Atlas Socioambiental dos Lençóis Maranhenses”, coordenado pelo prof. Dr. Reinaldo Paul Pérez Machado, do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH), da Universidade de São Paulo (USP). Meu orientador, o Prof. Dr. Benedito Souza Filho, que é um dos pesquisadores associados, criou as condições para eu me juntasse à uma das equipes e a acompanhasse

²⁰ Em 2019, ao mesmo tempo em que me aproximava da pesquisa no PNLM, pois havia retomado o curso de doutorado que estava em situação de trancamento no ano anterior, eu me distanciava, já que meu trabalho, antes em São Luís, agora me levava para o sul do Maranhão e para a condição de estágio probatório no serviço público federal. Estas situações impactaram de certa forma a minha relação com a pesquisa.

nos lugares visitados do PNLN. O objetivo era que eu aproveitasse a oportunidade para me familiarizar com meu universo empírico.

O projeto reuniu uma equipe multidisciplinar em parceria com várias instituições, inclusive a Universidade Federal do Maranhão. Essa oportunidade foi fundamental em vários sentidos, pois estive ao lado de geógrafos, biólogos, antropólogos e pude conhecer seus ofícios na prática da pesquisa, e pude sentir a complexidade de temas, problemáticas, variedades de pensamento que cooperavam, em um esforço coletivo, para desenvolver um produto científico sobre aquela unidade de conservação. Percorremos várias localidades entre Barreirinhas, Santo Amaro e Primeira Cruz. Nestas etapas, destaco a observação da dinâmica de funcionamento de alguns estruturas de atendimento turístico (restaurantes e hospedagem) em Betânia Santo Amaro e Canto do Atins, Barreirinhas; a entrevista com o guia local de Santo Amaro que nos acompanhou nesse município, conhecido pelo apelido de Chacal, especialista na travessia do Parque, de Santo Amaro à Barreirinhas, que me explicou como se realiza tal atividade, qual o público que a procura, as diferenças ambientais dos sentidos em que se faz a travessia, e o fino entendimento sobre o seu trabalho e a paisagem, e sobre a história do povoado de Betânia no qual nasceu e do turismo em Santo Amaro.

Com a chegada da pandemia e os temores que ela produziu, consegui voltar ao campo em novembro de 2021, no período das *chuvas de caju*, isto é, chuvas breves e passageiras, que ocorrem nos meses setembro, outubro e novembro, fundamentais para o amadurecimento do fruto. Desta vez, para a localidade de Atins, em Barreirinhas. Fiquei hospedada na casa de Dona Luza e Seu Itamar durante cinco dias. A acolhida desta família foi possível pela mediação do meu Orientador. A intenção era realizar um trabalho de campo exploratório em Atins – que é um dos destinos mais procurados por turistas que visitam o Parque e considerado a “meca”²¹ dos *kitesurfistas* para observar a dinâmica do turismo na localidade, especialmente o envolvimento de nativos com atividades relacionadas ao turismo, além de conhecer sua organização social e econômica.

Nessa oportunidade pude conhecer a história de Dona Luza em criar um empreendimento turístico, seu restaurante *Cabana Pôr do Sol*, permeado pelo “sonho e

²¹ Alusão à cidade de Meca, principal cidade sagrada para os muçulmanos, que se tornou termo recorrente para designar o lugar que é constituído como núcleo importante de uma atividade, neste caso o *kitesurf*. Sobre isso ver em: <<https://www1.folha.uol.com.br/internacional/es/viajes/2018/12/con-aguas-tranquilas-y-vientos-fuertes-atins-es-la-meca-de-los-kitesurfistas.shtml>>; <<https://diariodeuberlandia.com.br/noticia/19121/atins-e-a-meca-dos-kitesurfistas>>. Acesso em 20 jan. de 2020.

luta” em alcançar melhorias para sua família, principalmente para seu filho Wallisson, que tem deficiência motora. Este é um exemplo de como as histórias locais são reconfiguradas pelas dinâmicas do turismo. Dona Luza me explicou como se deu a construção e desenvolvimento do seu restaurante.

P: Eu queria que a senhora me contasse a história do seu restaurante. Como surgiu a ideia de criar ele?

E: eu tive a ideia assim, veio porque eu tinha o Walisson e aí eu fui tentar trabalhar na casa dos outros, precisava do dinheiro pra ajudar em casa. Trabalhava em casa de turista. As pessoas vinham se hospedavam e ia embora. Então, meu serviço era limpar, arrumar, fazer comida, tudo. A “Cabana Por do Sol” eu tive a ideia porque eu não posso trabalhar fora, por causa da situação do Walisson, e eu pensei que pra ter um pouco de renda pra gente poder ter uma renda, eu pensei nesse restaurante e fazer galinha caipira e aí a gente tá indo, ajuda quando vem assim 2, 3 pessoas pede direto ou pede um jantar aí dá um dinheirinho, mas fica um lá e outro cá, aí fica mais puxado, quando vem um atrás do outro a gente ganha até um dinheirinho. Teve o ano retrasado, antes da pandemia, tava indo até bém. Eu disse “nossa, tá bom”. Aí chegou a pandemia, parou de novo, eu até parei, porque não tinha como.

P: e como foi a ideia do nome, do jeito do restaurante?

E: o desenho é que aqui em casa é de frente pro sol, o restaurante, porque o sol de tarde bate assim, o reflexo do sol... aí eu pensei primeiro “vai ser cabana nascer do sol”. Aí eu pensei em vai ser cabana pôr do sol por causa do sol que vai saindo por trás dos pé de caju, aí eu pensei em cabana pôr do sol. Aí a gente pensou junto da família, todo mundo “pôr do sol”. Aí ficou cabana pôr do sol. Eu pedi pro meu compadre de Santo Inácio, que também é Parque, eu pedi pra ele que me ajudar, ele disse “eu tenho umas madeira”. Aí ele me deu essas madeira, aí a gente tinha outras aqui em casa e fizemos, mas com a ajuda dele, porque a gente sempre se ajuda, eu e ele, viu? Graças a Deus sempre que eu peço uma coisa ele sempre me ajuda. Aí a madeira daqui é madeira do mangue. A outra madeira é do Carrasco, que é de um povoado, as novas, que eu reformar.

P: e foi nesse lugar onde ele está agora?

E: desde sempre ali. Aí eu fiz um sol numa tabua que já até joguei fora. Aí aquela nova, tá com uns seis meses já, eu mandei o menino fazer a nova porque a gente vai renovar tudo. Ele é de Santo Inácio. Ele é um artista, um artesão. E aí com ele que a gente fez aquela outra que vai ser colocada assim que a gente terminar de reformar tudo (Dona Luza, dona do Restaurante “Cabana Pôr do Sol”, Atins, 03 de novembro de 2021).

Dona Luza, ao narrar a história do seu restaurante²², permite apreender a densidade das relações sociais que são construídas e mobilizadas diante de um contexto turístico, como as estratégias familiares, as inventividades estéticas, a utilização dos recursos dos ecossistemas locais, as relações com os povoados, a circulação das trocas e favores com parentes, compadres e amigos.

Figura 3: Restaurante de Dona Luza “Cabana Pôr do Sol”, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

A imagem frontal do restaurante sombreado pelo pé de pequi “plantado pelos antigos do lugar”, acima apresentada – ainda não reformado –, também nos dá certa dimensão dessas relações, como por exemplo, a utilização de recursos e elementos do ecossistema local na criação da estética nativa do restaurante como palhas de buriti, madeiras, gravetos e troncos do mangue, carcaças de cabeças bovina e caprina.

Dentro do restaurante de chão batido tenho a oportunidade de observar a estética nativa junto com Dona Luza e em certo momento me deparo com um pequeno fogão de

²² A história do restaurante de Dona Luza, Cabana Pôr do Sol, foi narrada e explorada antropologicamente em Santos (2021) e Romeiro (2023).

barro, enfeitado com cascas de sarnambi (*Phacoides pectinatus*), na área ao lado do salão central.

Figura 4: Fogão de barro com enfeites de cascas de sarnambi



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

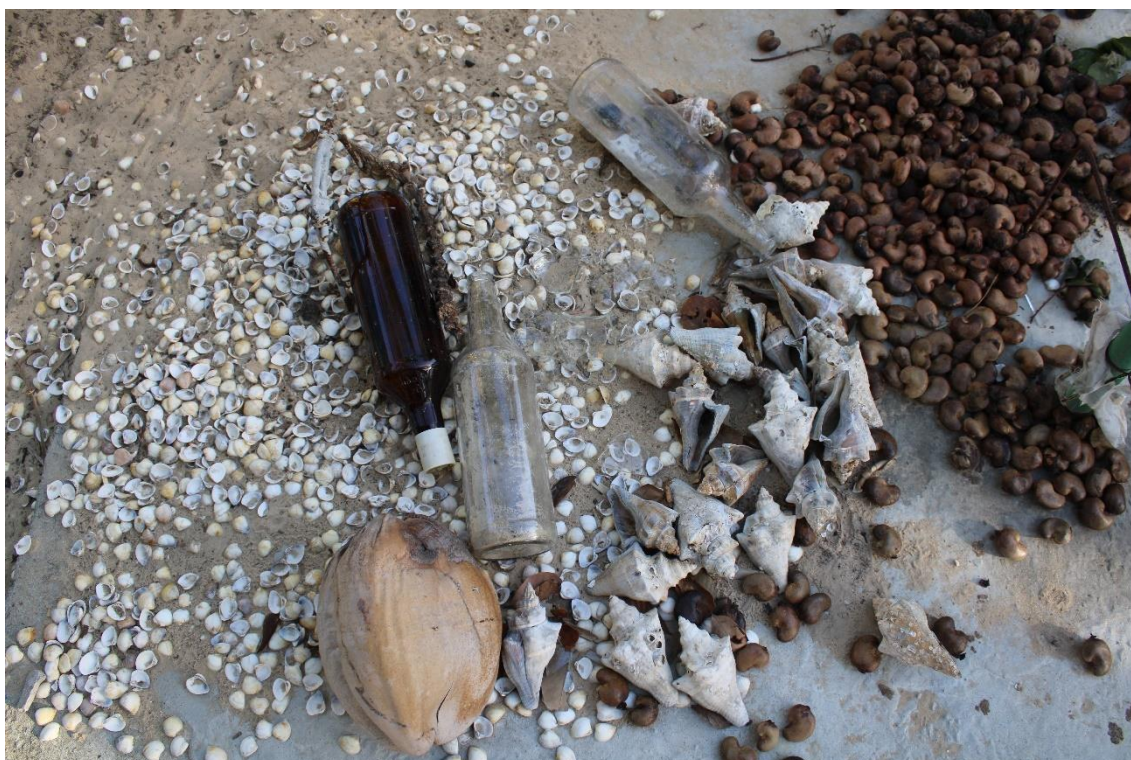
Ela explica, em tom de orgulho, que ela mesma o moldou e o enfeitou em tamanho menor para funcionar como um fogão secundário que “serve para fazer beijus/tapioca para os turistas”. É interessante pensar que o pequeno fogão é posto estrategicamente à vista do turista como um marcador nativo para a experiência turística. As cascas de sarnambi não estão ali à toa, apenas para enfeitar, mas para comunicar aos turistas, ao nível do simbólico, a condição identitária de Dona Luza que é *marisqueira*²³, antes de se dedicar às atividades relacionadas ao turismo.

Passados os primeiros dias de convívio com a família de Dona Luza e Seu Itamar, passei a circular pelo terreno da família, às vezes sozinha ou acompanhada por algum membro da família. Em uma dessas andanças no quintal, notei uma série de itens

²³ Identidade de pescadora tradicional, já que a mariscagem é um atividade associada à pesca artesanal, sendo um de seus segmentos, caracterizada pela coleta de moluscos e crustáceos, geralmente realizada por mulheres. Para conhecer melhor sobre isso ver Santos (2018) e Romeiro (2019).

dispostos e reunidos no chão: cascas de sarnambi, garrafas de vidro, búzios (*Buccinidae*), castanhas de caju, coco da praia. Perguntei à Dona Luza sobre tais coisas, que me contou que vem guardando esses materiais para serem utilizados na nova decoração do restaurante. Aqui estamos diante não apenas do planejamento para uma futura decoração, mas também diante dos sistemas de classificação nativa sobre os materiais da vida cotidiana que serão reaproveitados porque ressignificados na empreitada turística.

Figura 4: Materiais da vida cotidiana para reaproveitamento em decoração do restaurante de Dona Luza



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

Além de Dona Luza, um de seus filhos, Maílson, também está diretamente envolvido com atividades voltadas ao turismo em Atins. Atualmente, é garçom no restaurante da Pousada Ecológica de referência internacional “La Ferme de Jorge”²⁴. Resolveu criar, um pouco antes da pandemia, passeios a cavalo²⁵ pela região de dunas, lagoas e praias em Atins e vem atendendo vários turistas. Considera essa experiência o protótipo da sua futura agência de passeios, regada pelo que ele nomeia de “sonho

²⁴ Mais informações em: <<https://georges.life/pt/atins/>>. Acesso em 20 jan. de 2023.

²⁵ Mais informações na página do Instagram @lencoiscavalgadas.

antigo”. Antes de conversar pessoalmente com o Maílson, Dona Luza, em uma manhã em que compartilhávamos fatias de bolo de uva que Maílson trouxera na noite anterior do restaurante em que trabalha, adiantou-me que:

[...] O Maílson tem vários cursos, cursinhos pequenos de 6 meses, outro de 8, outro de 9 e tudo envolvendo turismo, ele gosta de se envolver com o turismo. E o sonho dele, ele tá até chegando aí com o cavalo, ele tem um sonho de botar uma agência de passeio de cavalo. Ele disse que assim que melhorar ele vai investir. Essa ideia que ele tem na mente: de ter o negócio dele. Sempre ele fala “mamãe, eu quero!”, e eu digo “Maílson, te acalma! Não vai ser agora, tudo tem sua hora!”. Ele sempre quis uma agência pra ele de cavalo e porque ele gosta muito de cavalgar, ele conhece tudo, ele pega nos dias de folga dele do trabalho no Le Ferme, agora não, porque ele não tem cavalo, o outro cavalo dele ele vendeu. Ele tinha um cavalo e vendeu. Dia da folga dele ele pega o cavalo e desce pra aí, ele vai em todas as lagoas. Ele sabe todas as lagoas, que ele vai de cavalo (Dona Luza, dona do Restauante “Cabana Pôr do Sol”, Atins-Barreirinhas, 03 de novembro de 2021).

A narrativa de Dona aborda as pretensões do seu filho em construir e desenvolver seu próprio negócio de passeios a cavalo e aponta para um duplo processo: a formação em conteúdos e cursos relacionados ao turismo e a ocupação em posto de trabalho em empreendimento turístico, como uma forma de reunir conhecimento e condições financeiras para criação da sua agência de passeios. Pode-se também apontar que esses espaços – de formação e de trabalho – possibilitam ao ator social uma maior proximidade com a esfera do turismo e a captação de contatos como futuros clientes do seu negócio. Nos termos do próprio Maílson, explica-nos que:

P: Como tu teve a ideia de criar teu negócio de passeios a cavalo?

E: É sonho antigo. Eu tenho amor pelos cavalos, desde pequeno eu ando, então é uma verdadeira paixão. Quando a gente anda a cavalo faz a gente expandir, deixa a gente mais leve. Aí eu tive essa ideia que eu vi que estava tendo muito turista aqui em Atins e eu fiquei pensando que se eu colocasse alguma coisa aqui teria um pouco de dinheiro para ajudar aqui em casa e também minha mãe. Pegaria meus cavalos e sairia com as pessoas. Aí eu já comecei já tem uns dois anos. Comecei atender só turista.

P: Como tu pensou e criou o itinerário desses passeios?

E: Geralmente têm pessoas que já faz esses passeios pras lagoas. Mas, o passeio a cavalo que mais faço sai de Atins passa em Ponta do Mangue e vai para Canto do Atins para o pôr do sol em cima das dunas e depois vem para o Atins. Sai do Atins umas 3 horas da tarde e chega umas 6 horas ou um pouco mais da noite na pousada. Tem também para o dia todo, que é o mesmo percurso, só que vai para o restaurante no Canto de Atins para o almoço. Aí passa nas lagoas Tropical, que é perto das dunas de Santo Inácio, na das 7 mulheres, qe já é no Canto de Atins e a Lagoa do Mário, essa já fica na Ponta do Mangue. E também tem pela praia. Sai de Atins e na volta vem por dentro

das dunas. Aí o preço é 150 reais cada cavalo. Quando o passeio é o dia todo é 200 reais por cavalo. Eu também queria fazer o passeio daqui de Atins para Mandacarú, que lá tem o Farol de Mandacarú. Nos passeios eu sempre faço foto, faço vídeo com eles.

P: [...] então, tu comentaste que o passeio a cavalo é um bom produto turístico. Por que tu achas que é um bom produto turístico? Por que as pessoas escolhem esse tipo de passeio?

E: Porque muita gente vem fazer o passeio aqui em Atins, mas querem fazer o passeio a cavalo, ou a pé, tipo conhecer o mais natural e não só de carro que passa e vruuu, eles querem passar mais tranquilo, passar dentro d'água, olhar os passarinhos, ou ver as frutas que têm aqui na região. Quando a gente passa, eu vou falando as frutas que tem aqui no Atins... tem o mirim, o guajiru, o caju, o cajuí, o murici... falo os pássaros também... o gavião, o maçarico, de vez em quando vê o guará... (Maílson, 19 anos, empreendedor turístico de passeios a cavalo, Atins-Barreirinhas, 05 de novembro de 2021).

O relato de Maílson sobre a criação do *negócio* de passeios a cavalo nos permite compreender aspectos do processo de construção de uma atividade turística por parte das famílias tradicionais que vivem no PNLN. Neste caso, temos a categoria *sonho* como um alicerce importante nessa construção, aqui entendido como um anseio do ator social em estabelecer na prática a coexistência daquilo que tem “verdadeira paixão” em uma atividade que lhe garanta renda para auxiliar nas despesas familiares.

Figura 5: Maílson com seus cavalos para passeios turísticos, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

O entrevistado nos informa elementos importantes na constituição dessa modalidade de produto turístico: preço, tempo de execução, circuitos, características,

itinerários. O produto turístico, dessa forma, só tem sentido quando pensamos no conjunto das relações entre os conhecimentos e saberes sobre os ecossistemas do Parque por parte de Maílson, adquiridos desde a infância, e o contexto turístico que permite esse tipo de atividade. Além disso, seu relato nos indica o perfil do turista que adquire esse tipo de serviço turístico: são aqueles que buscam “conhecer o mais natural”. Essa informação é fundamental neste trabalho, pois remete para a relação da comodificação da natureza, a qual irei explorar nos capítulos posteriores.

Seu Itamar, mais conhecido como Seu Ita, pai de Maílson e esposo de Dona Luza, pescador tradicional e criador, também é envolvido com as demandas do turismo, já que realiza pequenos serviços de limpeza e de construção civil em casas de veraneio e pousadas de Atins. Seu Ita e seu filho André foram meus guias em várias andanças, de modo que os acompanhei em um momento muito significativo da sua rotina: catar siris na praia.

Figura 6: Seu Itamar e seu filho André em canoa na Praia de Atins, Barreirinhas, antes de *catar* siris



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

Nessa oportunidade, Seu Ita me explicava as técnicas de captura – preferencialmente contra a luz do sol para maior visibilidade, e no *raso* ou *beira* das águas salgadas da praia, em um momento de maré baixa – e demonstrava a utilização do

instrumento dessa modalidade de pesca – o *jeré*²⁶. André, seu companheiro quase inseparável, divide com o pai, entre outras, a atividade de catar siris, o que faz com maestria. Quando o *jeré* foi passado para André, já com alguns siris, ele foi margeando a passos largos e cuidadosos, o desenho que as pequenas ondas faziam na areia, observando atento o movimento dos crustáceos azuis antes de lançar, em um golpe certo, o *jeré*. À minha vista, observava as performances de André e de Seu Ita e a prática dos seus conhecimentos, saberes e técnicas relacionadas à pesca tradicional. Os siris catados naquela manhã se juntariam aos peixes e camarões pescados no dia anterior por Seu Ita para a alimentação da família.

Figura 7: Seu Itamar na praia segurando seu *jeré* com alguns siris já *catados*, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

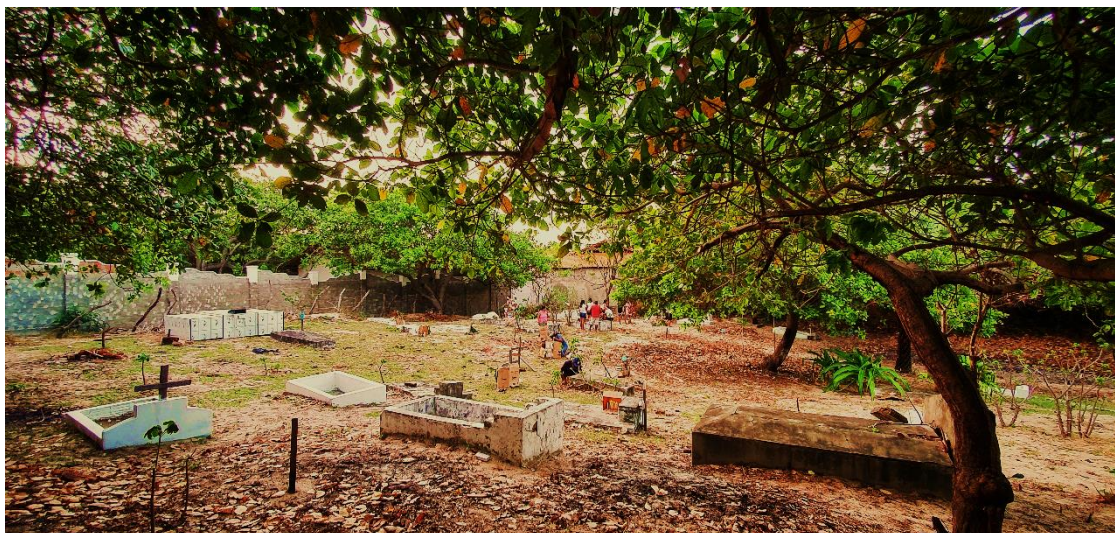
Além de observar e participar da rotina da família, fui convidada por eles a acompanhar alguns momentos importantes, em função do grau de confiança estabelecida

²⁶ *Jeré* é um instrumento de pesca para captura de siris na praia composto por um cabo de madeira, que funciona como suporte, e uma armação de aro de metal com uma rede em formato cônico.

em tão pouco tempo com aquela família: o primeiro foi a visita ao Cemitério do dia de Finados.

Na tarde do dia 02 de novembro de 2021 seguimos a pé por um longo caminho da casa rumo ao cemitério local. Nesta caminhada, em muitos trechos não conseguia acompanhar o ritmo de Seu Ita e Dona Luza, que olhavam para trás e me esperavam. Quando estávamos no mesmo compasso, conseguíamos conversar sobre assuntos variados. Seu Ita me chamava atenção para a quantidade de construções de alto padrão que estão sendo feitas em Atins, o número de placas de venda de terrenos, e as novas pousadas que estão surgindo: “Olha o feitiço dessa!”. “Nessa aqui eu trabalhei”. Dona Luza, por sua vez, em determinado trecho que sentíamos afunilar, falou sobre o processo de estreitamento dos caminhos do povoado por conta do cercamento de enormes porções de terra de novos donos, geralmente estrangeiros. Já no cemitério, Dona Luza e Seu Ita, juntaram-se a parentes e amigos do povoado para o ritual de recordar os mortos e eu fiquei observando aquele momento de sociabilidade daquele grupo²⁷.

Figura 8: Cemitério local, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

O segundo momento foi a reunião promovida pela Secretaria da Mulher de Barreirinhas, Polícia Militar, Polícia Civil, ocorrida em 03 de novembro de 2021, na Associação de Moradores de Atins com as mulheres da comunidade nativas, não-nativas

²⁷ Silva (2021) dedicou-se a estudar o fenômeno da morte no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

que trabalham em Atins e empresárias donas de pousadas e empreendimentos turísticos. A pauta da reunião, em tom de palestra, foi sobre assédio sexual e violência doméstica, com entrega de materiais de divulgação com informações sobre tipos de violência, Lei Maria da Penha, contatos telefônicos das polícias civil e militar, além da Secretaria Municipal da Mulher. A reunião aconteceu a pedido da Associação de moradores com o intuito de atender as reivindicações das mulheres da comunidade, em busca de maior assistência e segurança, depois de notícias, boatos e situações de abuso e assédio sexual, tentativa de estupro, estupro com turistas mulheres e mulheres não-nativas que moram e trabalham em Atins.

O terceiro momento foi o encerramento do Festejo de Nossa Senhora da Conceição, que ocorreu em 04 de novembro de 2021, no povoado Mandacarú, que reuniu diversas comunidades da região. Este momento ocorreu à noite, com procissão, missa e leilão de *joias* (itens que gerem valor para custeio do evento religioso). As *joias*, neste caso, foram vários pratos da culinária local. Durante a manhã daquele dia, eu me juntei às mulheres da família de Dona Luza, na preparação de bolos e temperos para as carnes (de gado, de bode, de galinha) de criação própria que seriam assadas e depois leiloadas como *jóias* após a missa. Neste momento de sociabilidade, permeado de muitas perguntas, risadas e contações de histórias, pude me aproximar ainda mais daquela família e conhecer outras faces da dinâmica social daquele grupo social.

Figura 9: Missa de encerramento do Festejo Nossa Senhora da Conceição em Mandacarú, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

Foram realizadas três entrevistas com membros da família de Dona Luza e Seu Ita. Fiz registros fotográficos da movimentação de *kitesurfs* na região da praia de Atins, e em vídeo, das atividades de pesca de Seu Ita, acompanhado de seu filho André, que foi um excelente guia, que mesmo com sua timidez me mostrou, em caminhadas de pés descalços, as divisões das águas entre mar, rio e igarapé e de como se “cata” siri na beira da praia, as áreas de pasto e descanso de animais, as frutinhas e plantas que margeavam nosso caminho, os cactos e seus tamanhos variados, os plânctons que coloriam e purpurizavam em um azul-cinza o chão úmido da areia da praia, a *Boca da Barra*²⁸ e o encontro das águas do Rio Preguiças e do mar. Todas essas situações que André me mostrava integram as relações nativas estabelecidas com os ambientes da natureza. Tais espaços quando pensados, porém, no contexto turístico, podem vir a ser transformadas em novos atrativos da natureza daquele lugar.

Figura 10: Plânctons na areia da praia, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2021.

²⁸ Termo nativo para designar uma abertura que permite a saída das águas doces represadas do igarapé e do rio para o mar aberto. Sobre isso ver Santos (2018; 2021).

Em julho e agosto de 2022 ocorreram os dois últimos campos, primeiro em Barreirinhas e depois em Santo Amaro, onde realizei: visitas a agências, conversas e entrevistas com guias e turistas, gravação de vídeos, registros fotográficos, e acompanhamento de turistas em passeios aos principais atrativos do Parque. Em Barreirinhas, entre os dias 23 e 27 de julho, período da *alta temporada* do turismo, dividi o trabalho de campo em três eixos de atividades: 1. Visita a agências para conhecer quais os passeios eram ofertados e de que forma eram vendidos aos turistas. Além disso, busquei identificar as especificidades estruturais, discursivas e imagéticas das agências visitadas. Nessa oportunidade, percebi que as agências constroem seus pacotes de passeios em função das permissões inscritas no Plano de Uso Público e do ICMBio, conforme as particularidades climáticas e mudanças ambientais do território.

Os pacotes de passeios, roteiros e circuitos não muito se diferem de agência para agência, entretanto, diante desse modelo estabelecido, algumas agências constroem nas margens do que é autorizado, que já se mostra saturado, novos roteiros e passeios que são vendidos a públicos seletos, denotando o caráter de exclusividade no consumo da natureza. Isso ficou muito latente em algumas conversas com atendentes e ou donos de agências e me remetia às estratégias de inovação das agências, em um movimento pelas margens do estabelecido para alcançar novos espaços da natureza para vender turisticamente distante dos lugares já consagrados. Dois casos interessantes apresentados para mim no final das entrevistas em duas agências, chamaram-me atenção, nesse sentido, primeiro pelo nome: “Passeio Pérola dos Lençóis” e “Casando nos Lençóis”, depois os valores (250 reais por pessoa e a partir de 15 mil reais, respectivamente), que fugiam da média dos outros passeios, com exceção do passeio aéreo, já consolidado entre as agências. Somente duas agências eram detentoras desses passeios. A forma como me foi apresentado e depois oferecido em forma de discurso e de imagens, acendeu e deixou ainda mais em alerta os sentidos (CARDOSO DE OLIVEIRA, 1998; INGOLD, 2008), indicando naquele primeiro momento os modos de atuação das agências, as formas de construção e comercialização da natureza, e o poder das imagens no processo de convencimento em ofertar e adquirir esses produtos. Foram realizadas sete entrevistas com atendentes e proprietários de agências.

2. Acompanhamento de turistas em dois passeios mais conhecidos e procurados em Barreirinhas: o da *Lagoa Azul* e da *Lagoa Bonita*, observando seu comportamento e atentando para suas narrativas e representações da natureza. Invariavelmente, suas exclamações ressaltavam a natureza como “grandiosa”, como “obra do divino” e como

“beleza surreal”. As conversas com os turistas chamaram atenção para a questão das imagens como mediadoras para conhecer previamente o parque e principalmente para convencê-los em adquirir pacotes de passeios e ter suas próprias experiências com os “Lençóis Maranhenses”. Tais imagens motivadoras, propagandeadas principalmente na internet, estão impregnadas de ideias que foram perseguidas durante o passeio: as dunas, as lagoas, a galinha caipira, o pôr do sol, que seriam registradas em novas imagens. Nesse processo de acompanhar os turistas e aproveitar os passeios, como turista e como pesquisadora, fui notando que os passeios se realizam como uma espécie de ritual turístico de encontro à natureza, já que se estabelecem regras, tempos e maneiras instituídas de apresentar e conhecer os lugares da natureza aos turistas, reservando para o final a última parte desse ritual: a experiência de contemplar o pôr do sol, elevado como um dos elementos mágicos da natureza daquele lugar.

3. Conversas com guias, a fim de conhecer seu trabalho em apresentar e acompanhar os turistas no consumo da natureza por meio de passeios. No processo de análise das entrevistas com os guias, compreendi, inclusive o seu poder em nomear e legitimar os elementos da natureza transformados em atrativos turísticos, além dos diferentes saberes e conhecimentos mobilizados por esses agentes, antes, durante e depois dos passeios, definitivos na relação com os turistas.

Em Santo Amaro, o trabalho de campo se deu entre os dias 20 e 22 de agosto de 2022, em que segui a mesma divisão de atividades realizadas em Barreirinhas. A diferença é que o acompanhamento do primeiro grupo de turistas se deu no âmbito de uma excursão “bate-volta” de final de semana, com saída de São Luís, na madrugada do primeiro dia de campo. Quando cheguei ao local combinado, um posto de gasolina localizado na saída da cidade, deparei-me com inúmeros ônibus e vans que aguardavam os turistas de final de semana, em que estes levam em conta não somente o tempo para realizar os passeios, mas, principalmente, o valor cobrado, as facilidades de pagamento e os serviços incluídos, como almoço e transporte (de ida e volta e traslado para os passeios), que varia entre 90 e 110 reais por pessoa, dependendo da época.

No primeiro dia, dediquei-me a acompanhar esse grupo de turistas em excursão, como turista, mas também como pesquisadora. Encontrei muitas similaridades de comportamentos e narrativas já expressados pelos turistas em Barreirinhas, como as ideias de “divino” e “beleza surreal” como qualificadoras da natureza contemplada. Nessa oportunidade, realizei observação direta, registro em diário de campo, duas entrevistas, uma com um casal de turistas e outra com um guia e motorista. Fiz também registros

fotográficos e utilizei a fotografia como uma estratégia de aproximação com meus informantes quando me oferecia para “tirar uma foto” ou quando eu mostrava as fotos que tinha feito da paisagem de dunas e lagoas. Isso também aconteceu em Barreirinhas.

O segundo dia foi dedicado a visitas em agências, restaurantes, interações, conversas e entrevistas com turistas hospedados na pousada em que fiquei e com outros que circulavam pela cidade. No último dia, realizei o passeio para as lagoas de América, em que novamente acompanhei turistas e o trabalho dos guias que nos conduziram. Pude conhecer um pouco da história de constituição do turismo no município, as mudanças e criações de roteiros, passeios e circuitos, as especificidades dos lugares de visitação e as representações sobre a natureza presentes nas narrativas dos atores, sobretudo, dos turistas. Ali, mais do que em Barreirinhas, notei como os operadores do turismo classificam os turistas: *clientes*, nunca turistas ou visitantes. O sentido de *venda* dos lugares, em forma de passeios em roteiros e circuitos, também se destacou nos discursos de guias e atendentes de agências, mas também nas estratégias adotadas para melhor comodidade dos turistas, como oferta de cadeiras, sombreros, água mineral durante os passeios, incluídos no valor total cobrado.

De forma geral, uma das principais dificuldades foi quanto à produção de entrevistas com turistas, pois eu disputava sua atenção em meio à realização dos passeios: quando não se esquivavam, respondiam apressadamente qualquer pergunta que eu lançasse. Sem dúvida, a contemplação e o saboreio das paisagens eram mais interessantes do que minhas perguntas! Dessa forma, optei por realizar mais conversas informais e observação direta, acompanhando-os por entre dunas e lagoas, em curtas e longas caminhadas, como numa espécie de metodologia andarilha, exercitando uma antropologia em movimento, de andanças (INGOLD, 2015; CARDOSO, 2018). Tive dificuldades também com guias, atendentes e donos de agências quanto à realização e gravação de entrevistas, pois disputava seu tempo em meio às suas atividades. Optei por realizar entrevistas curtas e conversas informais. Em muitas perguntas pedia que me respondessem como se estivessem explicando a um turista qualquer e não a uma pesquisadora.

Em todos os casos, a produção de dados etnográficos nos trabalhos de campo se baseou em observação direta, interação com interlocutores, aplicação de entrevistas semiestruturadas curtas (na maioria das vezes), com preparação de roteiro prévio, com questões mais abertas ou mais fechadas, além de anotações em diário de campo e registro fotográfico e produção de alguns vídeos.

Entre as várias etapas, nas duas localidades, realizei um total de 20 entrevistas com atendentes e proprietários de agências, guias, turistas, e membros da família de Dona Luza e Seu Itamar.

Paralelo ao trabalho de campo nas localidades indicadas no Quadro 1, realizei entre julho de 2019 a novembro de 2022, levantamentos de informações e dados secundários em duas frentes: documentos oficiais (Quadro 2) e imagens referentes ao PNLM, extraídas de variadas fontes (Quadros 3, 4 e 5). Os documentos oficiais serviram para o entendimento do meu universo de investigação, e de forma ampla, para conhecer o histórico de criação da unidade de conservação e as disputas atuais em torno de uma possível alteração dos seus limites, além do estabelecimento das áreas de visitação, suas características, polos pertencentes e atividades permitidas. Apresento a seguir os quadros contendo informações sobre os materiais secundários de pesquisa.

Quadro 2: Relação de documentos oficiais referentes ao PNLM

Documento	Órgão Responsável	Ano de Publicação
Decreto de Criação do PNLM, n. 86.060	Poder executivo	02 de junho de 1981
Lei n. 9.985, que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC	Poder executivo	2000
Projeto de Lei do Senado nº 456, que propõe a alteração dos limites do PNLM	Senado	2018
Decreto nº 10.147, que qualifica UCs para fins de concessão privada no âmbito dos Programas PPI (Programa de Parcerias de Investimentos da Presidência da República) e PND (Plano Nacional de Desestatização)	Poder executivo	2019

Plano de Manejo	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - IBAMA	Elaborado em 2002 e aprovado em 2003 ²⁹
Plano de Uso Público	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBio	2022 ³⁰
Guia ao visitante do ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBio	2022 ³¹
Nota Técnica nº 3	Ministério Público Federal	2019
Nota Técnica nº 10	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio	2019
Análise Técnica do PLS nº 456/2018	GERUR – Grupo de Estudos Rurais e Urbanos da Universidade Federal do Maranhão -UFMA	2019
Relatórios Volume I e II do estudo antropológico “Plantar, Criar, Pescar: comunidades tradicionais e modalidades de interação com a natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses”	GERUR – Grupo de Estudos Rurais e Urbanos da Universidade Federal do Maranhão -UFMA	2017

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Em relação ao Quadro 3, foram levadas em consideração as imagens que figuram nas reportagens de revistas de bordo de companhias aéreas e de revistas de turismo, entendidas como meios importantes de divulgação do PNLM, produzidos por setores empresariais componentes do *trade* turístico, neste caso, companhias aéreas e editoras,

²⁹ Aprovado em 2003 pela Portaria nº 48, de 15 de setembro de 2003, teve mudança pela Portaria nº 99, de 18 de fevereiro de 2022, que altera parte do Plano de Manejo do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, (Processo nº 02123.000221/2018-54).

³⁰ Aprovado em 2003 e revisado em 2021, com versão atual de 2022.

³¹ Disponível em <<https://www.icmbio.gov.br/parnalencoismaranhenses/guia-do-visitante.html>>. Acesso em 30 de jul 2022.

destinado ao público que consome esses serviços. Nota-se que esse tipo de material foi perdendo sua capilaridade em um mundo cada vez mais virtual, migrando para plataformas digitais. Dessa forma, decidi focar em materiais que estão disponíveis ao grande público, facilmente de serem encontradas em buscas pela internet, bem como, por serem representativas em seus conteúdos e imagens na promoção turística do PNLM.

Quadro 3: Relação de imagens do PNLM, extraídas de reportagens de revistas de bordo de companhias aéreas e de turismo

Fonte	Referência	Ano de Publicação
Revista de bordo Tam Nas Alturas	“Camas de areia e mar”	2010
Revista de bordo Azul Magazine	“Bem-vindo ao Éden”	2017
Revista de bordo Gol	“Entre Lençóis”	2018
Revista de bordo Vamos Latam	“Nem deserto, nem praia: um oásis de paisagens únicas no mundo: Lençóis Maranhenses”	2018
Revista de bordo Azul	“Lençóis Maranhenses: uma aventura nas dunas sinuosas e nas lagoas coloridas do destino”	2022
Revista de turismo Unquiet	“Nos Lençóis da Aventura”	2019
Revista Viagem e Turismo	“Segredo entre Lençóis: Santo Amaro do Maranhão”	2012
Revista Viagem e Turismo	“Roteiro: a beleza superlativa dos Lençóis Maranhenses”,	2017
Revista Qual Viagem	“Lençóis Maranhenses, um paraíso no Brasil!”	2018
Revista Qual Viagem	“Lençóis Maranhenses: um mosaico de areias”	2016
Revista Qual Viagem	“Atins: natureza em plenitude nos Lençóis Maranhenses”	2016

Revista Qual Viagem	“Rio Preguiças sem pressa e as belas dunas de Lençóis, no Maranhão”	2016
Revista de turismo Maranhão Hoje	“Lençóis Maranhenses: para entrar tem que pagar”	2017
Revista Maranhão Turismo	“Atins: o sol brilha implacável o ano inteiro...”	2019
Revista Caminhos do Maranhão	“Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: um sonho real no litoral do Maranhão”	2014

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

O Quadro 4 apresenta imagens extraídas de livros físicos de fotografias, de fotógrafos profissionais, que foram patrocinados pelos Governos Federal e Estadual brasileiros e por empresas privadas, não necessariamente ligadas ao setor do turismo. Essas imagens fixas, em livros de fotografias, cooperam para a construção do olhar turístico de contemplação da natureza do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses para certos segmentos sociais na medida em funcionam como guias³² fotográficos contemporâneos que conformam a reputação do lugar turístico, por meio de imagens inspiradoras, para potenciais viajantes, indicando certos lugares da natureza como destinação turística.

Quadro 4: Relação de imagens do PNLM, extraídas de livros de fotografia

Título	Autor	Ano de Publicação
Natural do Maranhão	Christian Knepper	2002
Descobrimos os Lençóis Maranhenses	Meireles Jr.	2003
Entre o céu e a terra: Maranhão, patrimônio de imagens	Meireles Jr.	2008

³² Sobre a relação entre imagens fotográficas, guias fotográficos e viagens no contextos dos séculos XIX e XX ver Gastal (2013).

Maranhão: um litoral de histórias e encantos	Felipe Goifman	2012
Sobrenatural: impressões sobre os Lençóis Maranhenses e o Grand Canyon	Meireles Jr.	2016

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

O Quadro 5 é composto por imagens fixas e digitais selecionadas de redes sociais, repositório de imagens e sites, de autoria dos ou para os próprios turistas que visitaram o PNLM. Juntei a esse contíguo de imagens individuais dois ensaios fotográficos de fotógrafos profissionais, por considerar essa expressão estética uma narrativa visual, composta de imagens sequenciais, que forja outros olhares sobre o PNLM e dialoga com outros públicos por suas finalidades distintas, mas que se aproxima das outras imagens coletadas: o primeiro, do fotógrafo mexicano de moda e *fine art*, Jvdas Berra, configurou como uma peça publicitária para o lançamento de um dos celulares da marca *Huawei*; o segundo, do rondoniense Eliomar Santos, um ensaio fotográfico no âmbito da disputa de um prêmio oferecido pela Revista Fotografe Melhor, especializada em fotografia.

Quadro 5: Relação de imagens do PNLM, extraídas de redes sociais e repositórios de imagens

Título	Autor	Ano de Publicação	Quantidade selecionada
Ensaio fotográfico “Huawei Mate 20 Series Campaign”	Jvdas Berra	2010	14
Ensaio fotográfico “Lençóis Maranhenses de Beleza, Pureza e Delicadeza”	Eliomar Santos	2022	8
<i>Instagram</i> , com a #lencoismaranhenses	Vários usuários	2019-2022	24
<i>Flirck</i> , com a entrada “lençóis maranhenses”	Vários autores	2019-2022	24
<i>Google</i> fotos, com entrada “lençóis maranhenses”	Vários autores	2019-2022	32

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Dessa forma, a produção dos meus dados de pesquisa se deu entre andanças e miragens, entre o ver e o ouvir, entre narrativas, textos, palavras e imagens³³ sobre os “Lençóis Maranhenses”.

1.4 Sobre o universo empírico da investigação: a constituição do PNLM e a construção do “lugar inacessível” para o mercado turístico

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses³⁴ abrange os municípios de Primeira Cruz, Santo Amaro, e Barreirinhas. Marcado pelos biomas e ecossistemas que se classificam em duna, restinga, mangue e cerrado, localizando-se no litoral do estado do Maranhão, com uma área estimada em 155.000 hectares, constituída de terras da União. Sua finalidade inscrita na legislação corresponde à proteção da flora, da fauna e das belezas naturais existentes no interior do seu perímetro (BRASIL, 1981), por se tratar de uma unidade de conservação – UC – de proteção integral à natureza³⁵.

O PNLM foi criado pelo Decreto Nº 86.060, de 02 de junho de 1981, de forma que o seu perímetro hoje corresponde a uma *Unidade de Proteção Integral* que pressupõe instrumentos específicos de gestão territorial, que neste caso, é o chamado Plano de

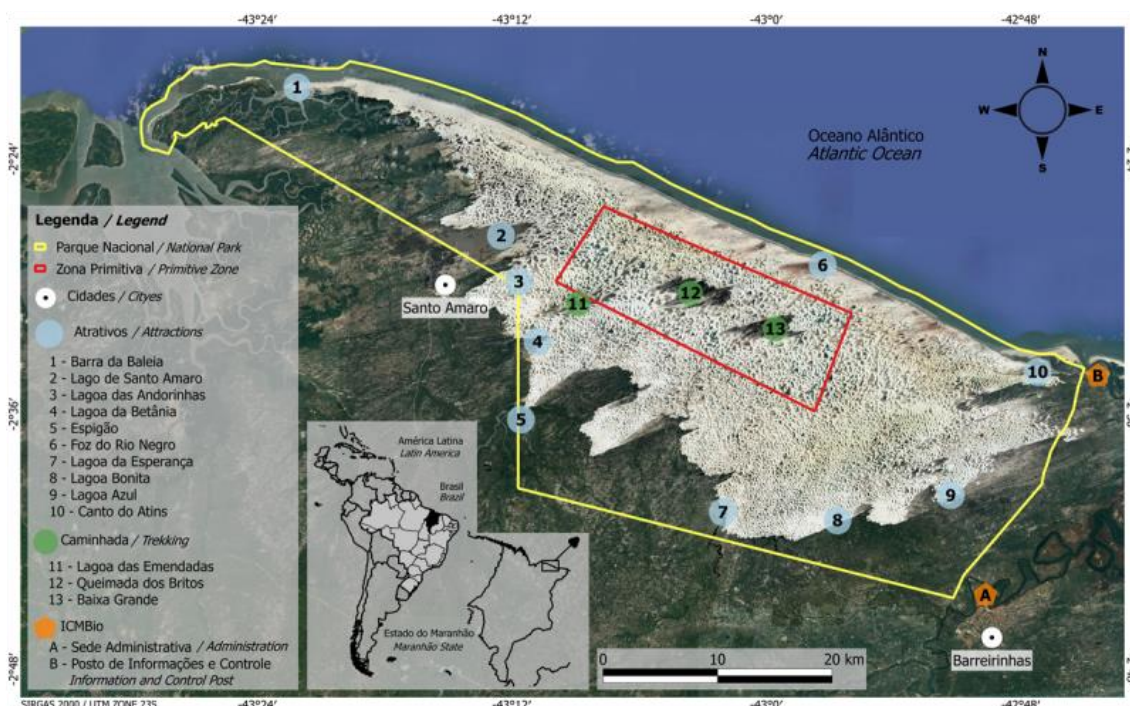
³³ Embora não seja objeto de análise neste momento, chamo atenção para dois mercados lucrativos que produzem e comercializam imagens do PNLM: expedições fotográficas e quadros decorativos. Seja por meio de iniciativa própria dos fotógrafos ou em parceria com agências de viagens, o mercado de expedições fotográficas direcionados a fotógrafos profissionais e amadores tem crescido nos últimos anos. As expedições fotográficas, realizadas em média entre 5 e 7 dias, propõem uma experiência imersiva nos lugares visitados, eleitos como cenário natural especial para a composição de fotos e vídeos, chegando a custar por pessoa entre 6.400 e 7.500 reais, valor que inclui basicamente hospedagem e passeios locais. Quanto aos quadros decorativos comercializados em galerias virtuais e sites específicos, identifiquei uma aproximação do principal aspecto das imagens extraídas no *Google Fotos, Flickr e Instagram*: os elementos da natureza ocupam a frente das cenas, estão sempre em foco ou em primeiro plano nas composições fotográficas. Vez ou outra aparece na cena um caminhante solitário no topo de alguma duna. As seis expedições fotográficas (Dalí Travel Experience, Mirabilia, Viagens Possíveis, Pixel Expedições/Marcello Cavalcanti, Cristiano Xavier, Ricardo Takamura) por mim identificadas e as mais de 250 ilustrações para quadros decorativos (Urban Arts, com 207 e Galeria 9, com 51) a partir de uma busca simples pela internet denotam outros âmbitos da comodificação e comoditização da natureza do PLNM, produzida pelo trabalho de agentes específicos. As buscas foram realizadas em dezembro de 2022.

³⁴ No âmbito desta pesquisa, os termos “Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses”, “PNLM”, “PARNALM” e “Parque” são utilizados pela pesquisadora para remeter à sua condição de unidade de conservação marcada pelo turismo que ali se desenvolve. Já “Lençóis Maranhenses” e “Lençóis” se refere aos termos utilizados pelos interlocutores de pesquisa que conotam ao PNLM um sentido de lugar turístico.

³⁵ Diferenciando-se da categoria *Unidades de Uso Sustentável*. Sobre os conceitos ver <<http://www.mma.gov.br/areas-protegidas/unidades-de-conservacao/o-que-sao.html>> e as especificações de cada categoria ver <<http://www.mma.gov.br/areas-protegidas/unidades-de-conservacao/categorias.html>>. Acesso em 10 de dez 2018.

Manejo, e tipos de usos contemplados pela Lei n. 9.985/2000³⁶, que se refere centralmente ao *Turismo em contato com a Natureza*, mas permitindo pesquisa científica, educação ambiental e visitação. As UCs, portanto, devem ser compreendidas como *ordenamentos territoriais*³⁷ conformados pelo Estado, de modo que as diferenças e especificidades de cada área de conservação se referem à forma de proteção e usos permitidos pelo órgão ambiental conforme a legislação vigente.

Figura 11: Mapa da UC PNLM, com indicação do perímetro e atrativos turísticos – Guia do Visitante ICMBio



Fonte: ICMBio, 2023³⁸

O mapa acima, divulgado pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio – (atual órgão gestor das UCs federais) que integra o *Guia do Visitante*, possibilita-nos visualizar não apenas os limites do PNLM e sua localização

³⁶ Institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC e estabelece critérios e normas para a criação, implantação e gestão das unidades de conservação no território brasileiro.

³⁷ Para uma compreensão histórica e política da categoria *ordenamento territorial*, que surge no contexto pós-revolução francesa (*aménagement du territoire*), ver Sancho (2017).

³⁸ Disponível em <<https://www.icmbio.gov.br/parnalencoismaranhenses/guia-do-visitante.html>>. Acesso em 05 de janeiro de 2023. Não há informação sobre data de inserção das informações e imagens no site oficial do ICMBio, mas podemos delimitar que texto e imagens se referem a partir de 2007, ano de criação do órgão.

geográfica, mas também identificar as divisões das áreas em termos dos seus atrativos turísticos. Assim como o mapa acima, o mapa a seguir também divulgado pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio – (atual órgão gestor das UCs federais), que integra o *Manual do Condutor de Visitantes*, possibilita-nos visualizar não apenas os limites do PNLM e sua localização geográfica, mas também identificar as divisões das áreas em termos dos seus atrativos turísticos.

Figura 12: Mapa da UC PNLM, com indicação do perímetro e atrativos turísticos – Manual do Condutor de Visitantes ICMBio



Fonte: ICMBio, 2020.

Observa-se que o município de Primeira Cruz não é apontado no primeiro mapa (Figura 11), embora apareça, neste mapa, a indicação de um atrativo (número 1), o que reforça uma situação de hierarquização dos polos turísticos entre os três municípios que integram o Parque na cartografia do turismo. Primeira Cruz é um dos municípios que integram o PNLN, distante 207 km da capital maranhense. Atualmente, o principal atrativo turístico, é a Lagoa do Cassó que não é citado no segundo mapa (Figura 12), embora constem (até este momento) cinco outros atrativos (identificados pelos números 1 a 5). Com relação a Santo Amaro ocorre um aumento de atrativos, passando de nove (no primeiro mapa) para dez, com a inclusão da Lagoa da Esperança (no segundo mapa). Quanto à Barreirinhas, também ocorre aumento dos atrativos, passando de três (no primeiro mapa, identificados pelos números 8, 9 e 10) para oito, com a inclusão da Lagoa do Kite, Praia dos Lençóis, Ponta do Mangue, Lagoa da Ilha e Lagoa da Prata (no segundo mapa). Nota-se também que, além da inclusão de novos atrativos em Barreirinhas, ocorre a renomeação do atrativo Canto do Atins (primeiro mapa) para Canto dos Lençóis (segundo mapa) como forma de demarcar o lugar como espaço turístico, agora “Canto dos Lençóis”, embora permaneça para a classificação nativa aquele lugar como “Canto do Atins”. Não apenas isso, mas também, ao processo de disputa na criação de roteiros e atrativos elaborados pelas agências e guias e sua legitimação como “atrativo oficial” do Parque.

Segundo o ICMBio (2020) tais mudanças se devem à “dinâmica de movimentação do campo de dunas e lagoas interdunares e do regime de seca e chuva” (p.13), de modo que os atrativos podem vir a sofrer alterações, seja em termos de surgimento ou desaparecimento de lagoas. Por essa perspectiva, embora verdadeira, a criação ou extinção de atrativos se justifica apenas pelo aspecto ambiental da metamorfose da natureza, relegando a implicação de fatores socioeconômicos e políticos na produção dos atrativos do Parque. O aumento de atrativos em Barreirinhas, por exemplo, deve-se ao processo de consolidação de sua infraestrutura de atendimento ao turista e à constituição de determinados roteiros turísticos ao longo dos anos que foram se agregando à oferta e demanda turística. Não à toa, é considerada a “porta de entrada” dos Lençóis Maranhenses e importante destino da *Rota das Emoções* (ver N. de R. 40).

Outros acréscimos também aparecem no segundo mapa (Figura 12): a criação de mais um posto de controle do ICMBio (Santo Amaro) e a sinalização de meios de acesso aos atrativos: náutico e 4x4; antes apenas a “caminhada” era indicada. Podemos apreender, pelas informações contidas nos mapas apresentados, o processo realizado pelo

Estado de ampliação do turismo e controle do território, bem como ele é divulgado para turistas e operadores do turismo.

É importante destacar que a criação do PNLM ocorreu sem que a presença das famílias que viviam nessa região fosse registrada pelo Estado (GOMES, 2017), mesmo:

Sendo uma unidade de conservação de proteção integral, pela legislação brasileira em vigor, não deveria existir população humana vivendo dentro do Parque, porém esses grupos – agricultores, produtores de castanha de caju, extrativistas, artesãos, criadores, pescadores e marisqueiras - já ali viviam antes da transformação da área em Parque Nacional, nos anos 1980 (GERUR, 2017, p.3).

Esse pressuposto fica cada vez mais evidente no processo entendido como *privatização* do Parque, quando se propõe a alteração dos seus limites através do Projeto de Lei do Senado nº 456/2018, de autoria do senador Roberto Rocha, para desconsiderar a demarcação original e, por conseguinte, impossibilitar a garantia e o direito das comunidades sobre aquele território. Nesse sentido, o Decreto nº 10.147, de 02 de novembro de 2019 inclui o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (MA), o Parque Nacional de Jericoacoara (CE) e o Parque Nacional do Iguaçu (PR) no Programa de Parcerias de Investimentos da Presidência da República – PPI – como parte do Programa Nacional de Desestatização – PND, que permite a concessão à iniciativa privada para prestação dos serviços públicos de apoio à visitação, com previsão de custeio de ações de apoio à conservação, à proteção e à gestão dessas unidades de conservação.

Essas duas medidas, antes mesmo de sua efetivação, ferem o princípio central das UCs: uma política de proteção à biodiversidade. Além disso, por um lado, coloca em xeque a sobrevivência de inúmeras famílias já que estão sob ameaça de possíveis deslocamentos compulsórios e atuais especulações imobiliárias e, por outro lado, eleva o turismo como única viabilidade de desenvolvimento para a região.

A proposta do PSL nº 456/2018 de modificação na área do Parque implica uma modificação territorial, introduzindo uma descontinuidade decisória na continuidade histórica (BOURDIEU, 2009), à medida que amplia em direção ao mar um pouco mais de 17 mil hectares e exclui nove áreas de 12 mil hectares que coincide com as áreas habitadas tradicionalmente por aquelas comunidades, impactando diretamente mais de duas mil pessoas.

O PLS nº 456/2018, por exemplo, foi alvo de duras críticas elaboradas por meio de notas técnicas de diferentes órgãos, bem como por manifestações dos moradores do Parque. Durante a Audiência Pública realizada em 01 de novembro de 2019, em Santo Amaro, para debater a referida proposta, houve um grande protesto por parte dos moradores, dos três municípios que integram a UC, contrários à alteração dos limites do Parque. Uma das frases repetidas coletivamente foi “o Parque é nosso, não queremos que transforme em negócio”³⁹, chama atenção para a compreensão das comunidades dessa síntese da ameaça sobre suas vidas.

A Nota Técnica nº 3/2019, do Ministério Público Federal da 4ª Câmara de Coordenação e Revisão do Meio Ambiente e Patrimônio Cultural com relação ao PLS nº 456/2018, ressalta a necessidade da realização de estudos técnicos e a participação popular no processo de alterações do perímetro dos limites do PARNA LM e salienta que qualquer modificação nesse sentido “só pode ser admitida se houver um ganho real e efetivo para os atributos ambientais da referida unidade de conservação”.

A Nota Técnica nº 10/2019 do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio (atual órgão gestor das UCs federais), constituída em forma de análise técnica do PLS nº 456/2018, elencou algumas conclusões que sinalizam para possíveis problemas socioambientais, tais como: redução do nível de proteção ambiental dos ecossistemas; especulação imobiliária nas áreas próximas a atrativos turísticos; expulsão dos moradores pelo processo de grilagem e poder dos empreendimentos turísticos; elevação de conflitos com as comunidades desafetadas que fazem uso dos recursos que permanecerão dentro dos limites do PNLM; elevação dos custos da administração pública na gestão da UC; elevação dos custos com serviços básicos de atendimento à população dos povoados desafetados; insegurança jurídica no processo de concessão de serviços de apoio à visitação turística; prejuízo de propriedades e equipamentos públicos que vierem a ser instalados por soterramento de dunas. Mesmo levando em consideração a complexa situação fundiária do PARNA LM, o órgão recomenda a revisão de limites, com acompanhamento da equipe gestora da unidade e

³⁹ Nota-se que essa notícia não ganhou espaço nas mídias de grande circulação, constando apenas em alguns blogs locais e no site da CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares. Ver mais informações em: <<http://www.contag.org.br/indexdet.php?modulo=portal&acao=interna&codpag=101&id=13753&mt=1&nw=1>>; <<https://edwilsonaraujo.com/2019/11/03/audiencia-publica-vira-manifestacao-de-repudio-ao-projeto-de-revisao-nos-limites-do-parque-nacional-dos-lencois-maranhenses/>>; <<https://agenciatambor.net.br/geral/audiencia-publica-vira-manifestacao-de-repudio-ao-projeto-de-revisao-nos-limites-do-parque-nacional-dos-lencois-maranhenses/>>. Acesso em 25 de janeiro de 2022.

realização de consultas públicas com as comunidades e com o setor turístico para elaboração de uma contraproposta apenas ao artigo 1º do referido PLS, que descreve os “novos” limites pretendidos.

A Análise Técnica do PLS nº 456/2018 elaborada pelo GERUR – Grupo de Estudos Rurais e Urbanos da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, publicada em fevereiro de 2019, aponta em suas considerações, demonstrando por meio das ciências sociais, uma série de problemas, que dizem respeito às limitações da metodologia cartográfica adotada pelo referido PLS, já que não permite a visualização das especificidades e detalhes da região, sobretudo os aspectos ambientais, impossibilitando a pretendida proteção nem do ponto de vista ambiental e nem social, já que, o PSL não leva em consideração os direitos dos principais atores, pois, caso seja aprovado, tais comunidades serão excluídas do Parque. A Análise Técnica também destaca que o PSL centra seu objetivo em promover o turismo sustentável numa região que é entendida pelo autor do projeto como sendo portadora de uma *vocação* econômica para o turismo. Neste caso, a crítica dos analistas é quanto a não especificação de qual sustentabilidade seria aplicada nessas atividades turísticas. Além disso, chamam atenção para a omissão de aspectos relevantes da economia regional, como a produção e comercialização da castanha de caju e do artesanato à base de fibra de buriti que são duplamente importantes, para as famílias dessas comunidades tradicionais e para o turismo (GERUR, 2019, p. 54). Concluem que o PSL:

configura iniciativa de notória repercussão negativa, que traz prejuízos ao Sistema das Unidades de Conservação, colocando em risco o patrimônio natural protegido e os direitos das populações tradicionais do PNLM. Entre outros efeitos danosos, caso o PLS prospere, será o de possibilitar que terras públicas de unidades de conservação de proteção integral entrem para o mercado e passem às mãos de particulares (GERUR, 2019, p. 55).

De forma geral, a Análise Técnica do PLS nº 456/2018 elaborada pelo GERUR recomenda o seu não prosseguimento enquanto não houver estudos técnicos-científicos interdisciplinares que gerem subsídios sólidos e consultas prévias com a população local ou mecanismos eficazes de participação. Diferentemente dos outros documentos acima apresentados, é a única análise que sugere que haja uma recategorização de algumas áreas sugeridas para exclusão em unidades de conservação de uso sustentável inserida na categoria de Reserva Extrativista, pois, “asseguraria a dupla proteção, do ambiente e das

famílias, corrigindo definitivamente os erros cometidos no passado” (GERUR, 2019, p. 55).

Anteriormente, o estudo “Plantar, Criar, Pescar: comunidades tradicionais e modalidades de interação com a natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses” (GERUR, 2017) indicou em abundantes dados (correspondente ao município de Barreirinhas), o complexo e dinâmico modo de vida das famílias que vivem e trabalham no Parque, mas também os variados impactos da instituição dessa unidade de conservação para essas comunidades tradicionais.

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, após sua criação na década de 1980, tornou-se potencial turístico somente a partir dos anos 2000, justamente porque ainda não tinham sido reunidas as condições de infraestrutura de acesso e hospedagem, além de uma política e publicidade voltadas para o turismo na região, como apresentarei mais adiante. Antes, porém, entendo que a potencialidade turística do PNLN se consolida, também, a partir de dois amplos processos ao longo, principalmente, no intervalo dessas suas décadas: a institucionalização política e jurídica ambiental, refletida nos dispositivos e órgãos de gestão de Ucs e a consolidação do turismo, através das suas políticas e planos de desenvolvimento econômico federais e estaduais.

Nesse sentido, a partir de uma incursão e recuperação histórica, podemos destacar alguns momentos que figuram como importantes no processo de consolidação turística do Parque atravessado por àqueles dois amplos processos que destaquei acima. No mesmo ano de sua criação, também foi criado o órgão gestor, àquela época, Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal (IBDF), vinculado ao Ministério da Agricultura, cuja gestão foi de 1981 a 1989. Com a extinção do IBDF, em 1989, foi criado o IBAMA, mas somente em 1998, é que se tem uma efetiva fixação desses agentes e execução dos trabalhos.

Nos anos 2000, temos um quadro de várias ações que foram fundamentais para os rumos dessa unidade de conservação: a criação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), e, por conseguinte a criação do Plano de Manejo do Parque (2000). Em 2002 e 2003, o IBAMA coordenou o processo de elaboração do Plano de Manejo do Parque, considerado o principal instrumento de gestão das UCs, que visa sua caracterização, zoneamento, normas e programas para sua gestão. Nesse momento, houve o trabalho de levantamento fundiário (2002-2003). Na mesma ocasião, foi realizado concurso do IBAMA com cargos técnicos para a gestão do Parque (2002).

O ICMBio também vinculado ao Ministério do Meio Ambiente, criado em 2007, passou assumir a gestão de todas as áreas de proteção ambiental, a exemplo do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Segundo Gomes (2017):

É a partir desse momento que grupos familiares das localidades no perímetro do Parque Nacional, em Barreirinhas, sentem a aplicação das novas regras de uso dos recursos, assim como as modalidades de intervenção dos agentes do órgão ambiental do Estado – restrições, proibições e sanções – sinalizando, assim, para uma aplicação efetiva das novas finalidades e formas de uso dos recursos do território (GOMES, 2017, p. 39).

Somente em 2022 é que entrou em vigor o Plano de Uso Público do PNLN, documento de caráter técnico que tem por objetivo “estimular o uso público, orientar o manejo, aprimorar as experiências e diversificar as oportunidades de visitação na unidade de conservação” (ICMBIO, 2022, p. 7).

Paralelo ao processo de consolidação das UCs e criação dos seus dispositivos jurídicos, nas décadas de 1990 e 2000, ocorreu a institucionalização do turismo no Brasil, enquanto setor econômico direcionado pelo Estado e seus marcos regulatórios. Acompanho a compreensão de Trentin e Fratucci (2011), que realizam uma reconstituição histórica da política nacional do turismo no Brasil, e estabelecem a década de 1990, precisamente, em 1992, quando há a homologação do Decreto-Lei nº 448, como o momento em que se *consolida* uma política nacional do turismo, em que este ganha autonomia e “é priorizado e tem como uma de suas macroestratégias a alocação de infraestruturas necessárias ao seu desenvolvimento bem como do país” (p. 840), em um contexto histórico de estabilidade econômica devido ao Plano Real, recém-saído de um *impeachment*. Observam, ainda, que o turismo no Brasil foi se desenhando, inicialmente, durante o Governo Vargas, a partir de 1939, quando era integrado ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em que este tinha a finalidade de organizar e fiscalizar as atividades turísticas no país e desenvolver e fiscalizar a propaganda do Brasil no exterior. Somente na década de 1960, sob o rastro de outra ditadura, é que foi *definida* a política nacional de turismo (Decreto-Lei nº 55/66), e a criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e o Conselho Nacional de Turismo (CNTur), extinto em 1991 e reativado em 2003, como parte do Ministério do Turismo, criado no mesmo ano. No âmbito deste Ministério foi implantado o Plano Nacional do Turismo (PNT) para os anos de 2003 a 2007 e o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), inovação de perspectiva no

ordenamento do turismo pelo Estado Brasileiro, já que desde a década de 1990, seguindo prerrogativas e orientações da Organização Mundial do Turismo (OMT), ocorreu a descentralização da gestão do setor do turismo para o âmbito local, entendido pelos autores como um processo de *municipalização do turismo* (TRENTIN e FRATUCCI, 2011).

Segundo os autores, a “regionalização” do turismo, desenhada a partir de 2003, faz parte de “um novo modelo de desenvolvimento calcado em dois pontos estruturantes: parcerias e gestão descentralizada” (TRENTIN e FRATUCCI, 2011, p. 842), que tinha o Ministério do Turismo como órgão unificador, auxiliado pelo Conselho Nacional do Turismo e pelo Fórum de Secretários Estaduais de Turismo. Outro aspecto importante nessa nova configuração foi o fato de que:

Esse modelo de gestão descentralizada refletia-se na última meta estabelecida pelo PNT de “ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da federação e distrito federal” (MTur, 2003, p. 17), desenvolvida no macro programa de Infraestrutura, pelo Programa de Desenvolvimento Regional do Turismo e no macro programa da Oferta Turística, pelo Programa de Desenvolvimento de Roteiros Integrados de Turismo (PRT). Ambos os programas tinham o seu recorte territorial baseado no conceito de região como espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares, trabalhando de forma integrada (BRASIL, 2004) e buscavam, pela estruturação e otimização das cadeias produtivas regionais, estimular a criação de novos produtos turísticos diversificados, apoiados nas características culturais locais e em outros fatores motivadores de demanda, além do tradicional “sol e praia” (TRENTIN e FRATUCCI, 2011, p. 842, grifo nosso).

A partir dessa configuração, o PNLM ganha uma nova perspectiva, a ser entendido como “produto turístico” dentro de uma “oferta turística” *regional com roteiro integrado*, inserido em uma *rota turística regional* composta pelo Maranhão, Piauí e Ceará: *Rota das Emoções*⁴⁰, lançado em abril de 2004, como parte do Programa de Regionalização do Turismo do Plano Nacional de Turismo (2003-2007), conduzido pelo Ministério do

⁴⁰ A Rota das Emoções é um dos principais roteiros do nordeste brasileiro, abrangendo 3 estados e 14 municípios ao longo dos 500km de percurso como informa o site oficial do roteiro, que destaca e reforça em sua síntese de apresentação o caráter de *regionalização e integração* do turismo, os seguintes termos “tenha uma experiência completa de aventura, gastronomia e descobertas que cruza as belezas e a cultura dos estados nordestinos Ceará, Piauí e Maranhão” acompanhados por uma imagem de dunas, lagoas e um turista que registra em seu celular tais belezas. Disponível em: <<http://rotadasemocoes.com.br/>>. Acesso em 10 de outubro de 2022.

Turismo em conjunto com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)⁴¹.

Para além desses dois processos mais amplos que indiquei anteriormente e os vários estudos apontados em tópicos anteriores, o potencial turístico do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses foi se constituindo por situações relevantes e decisivas, com as que exponho a seguir.

Conforme D’Antona (1997), desde a metade da década de 1980, a *morraria* ganhou destaque em programas de televisão, em jornais e revistas especializadas em turismo nas modalidades do turismo ecológico e de aventura. O autor relaciona tal destaque “devido ao exotismo da paisagem e dos modos de vida das comunidades locais” (p. 137). Aponta que à época das décadas de 1980 e 1990 (quando realizou sua pesquisa) a visão predominante sobre os Lençóis Maranhenses se baseava:

Tanto em catálogos de agência de viagem quanto nas reportagens, explora-se a imagem insólita das dunas; os textos abusam dos adjetivos para vender a imagem de um lugar “inacessível”, “primitivo”, “natural”, com pessoas “submetidas” ao ritmo da natureza. Para quem vem de fora, os textos vinculados na mídia contribuem para o exagero dos distanciamentos. O “mito” que se alimenta sobre os Lençóis Maranhenses sobre as comunidades “isoladas” faz parecer improvável, senão impossível, que as pessoas enfrentem o deserto com frequência. Talvez o maior distanciamento que se tenha produzido para os que não vivem nos Lençóis, decorra da ignorância de que os obstáculos “naturais”, duros de fato, não são intransponíveis – fazem parte do cotidiano dos moradores (D’ANTONA, 1997, p. 137-138).

Nesse momento, a ideia de natureza “natural” estava associada à existência das comunidades locais, mesmo que fossem entendidas como “pessoas “submetidas” ao ritmo da natureza”, em um lugar “inacessível”. A visão dessa imagem de isolamento e exotismo foi mobilizada nos anos 2000, quando foi lançado pelo Governo do Estado do Maranhão o “Plano de Turismo Federal e Estadual” e a primeira grande campanha de publicidade voltada ao turismo “Maranhão: segredo do Brasil” (2000). Ainda neste momento temos a construção da BR MA 402 (2000), que interliga a capital São Luís ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e à Rota das Emoções, e a criação e execução do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS (2003-2004).

⁴¹ O SEBRAE, através do “Salão de Turismo Rota das Emoções”, que ocorre desde 2013, evento de mercado do *trade* turístico, é um agente importante no processo de *regionalização* e *integração* do turismo, reforçando o *roteiro integrado* Rota das Emoções e a perspectiva de negócio e oportunidades de comercialização das belezas naturais e culturas dos lugares integrantes dessa rota turística. Sua última edição ocorreu em novembro de 2022, entre os dias 17 e 19, em São Luís, MA.

Pode-se considerar o *slogan* “Maranhão, o segredo do Brasil”, veiculado pelo governo do estado, a partir de 2000, o ponto de largada oficial da divulgação turística do Parque dos Lençóis como destino ecoturístico único, em nível nacional e internacional (RODRIGUES, 2013). O termo “segredo” para designar os Lençóis maranhenses demonstra a percepção social mobilizada pelo Estado quanto ao grau de isolamento e exotismo da natureza vendidos agora como uma grande novidade de um novo processo de *descobrimto* (COSTA, 2015). Para este autor, o lugar da descoberta se dá em constante expansão das fronteiras do litoral através da criação de destinações turísticas. Trata-se, portanto, da constituição de políticas territoriais de um “novo lugar” como espaço de lazer de contemplação da natureza (que era “segredo”), apropriado para exploração da atividade turística. Tal constituição está conectada “aos processos de expansão geográfica e de reorganização espacial da acumulação de capital” (idem, p. 20).

Mais recentemente, o Parque vem ganhando enorme visibilidade, como por exemplo, a indicação ao Prêmio *7 Maravilhas da Natureza*, promovido pela Fundação *7 Wonders* (2007), a existência do Programa Federal Turismo nos Parques (2008), o acolhimento da Tocha Olímpica (2016).

Um marco importante foi quando o Brasil entrou na disputa das Sete Maravilhas Naturais do Mundo com o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, em 2007⁴². O concurso é promovido pelo mesmo grupo suíço, Fundação *New 7 Wonders*, que organizou a eleição das Sete Novas Maravilhas do Mundo, na qual o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, foi um dos vencedores.

Eleito a mais bela maravilha natural do Brasil pela enquete da Revista *Época*, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses é considerado o “deserto brasileiro” devido a seu clima árido e seus aspectos geográficos. Formado por inúmeras dunas de areias brancas e finas, entrecortadas por dezenas de lagoas de água doce e cristalina, os Lençóis Maranhenses se estendem por mais de 155 mil hectares, que vão até o litoral, formando o maior Parque Nacional do Nordeste. A ideia de lançar o Parque como uma das Sete Novas Maravilhas do Mundo teve início com o lançamento da Frente Parlamentar em Defesa do Consórcio Integrado de Turismo MA-PI-CE, também chamada de Frente Pró-Lençóis, na Câmara dos Deputados⁴³.

⁴² Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/ctur/noticias/lencois-maranhenses-e-eleito-uma-das-sete-maravilhas-da-natureza>>. Acesso em 06 de out 2018.

⁴³ Disponível em <<https://www.revistaeventos.com.br/Destino/Lencois-Maranhenses-e-candidato-as-sete-maravilhas-naturais-do-mundo/2026>>. Acesso em 06 de out 2018.

Nota-se que é desconsiderada, pela instituição suíça e pelos parlamentares brasileiros, a ideia de existência de populações locais, reforçando a ideia de uma natureza “natural”, com destaque apenas para seu clima e aspectos geográficos. Assim, a “maravilha natural” do PNLM se dissociada ideologicamente de humanos, e se associa à nomenclatura de “deserto” brasileiro. Cardoso (2016), ao tratar sobre a noção de deserto (na literatura angola), diz que o tal termo “sempre esteve associado à ideia comum do vazio, de lugar desabitado, sem vida, que é, afinal de contas, o sentido que o termo literalmente conserva” (p.13). Para a autora, entretanto,

[...] é fato que os desertos não são totalmente desertos. Há muito o que encontrar nesses seus vazios, sejam eles físicos ou simbólicos. Em todos os desertos de terras áridas vivem homens, animais e plantas. A água, elemento vital, não falta de todo, pois além das chuvas, mesmo que escassas, e da umidade do ar, há regiões cortadas por rios, além da presença de águas fósseis do subsolo (CARDOSO, 2016, p. 2016).

O termo deserto como característica do PNLM passa a ser entendido não apenas do ponto de vista geográfico (clima árido, dunas de areias, lagoas), mas também social, quando atrelado à ideia de espaço vazio de humanos e não-humanos. Passa a ser também uma imagem poderosa assim como “paraíso” para o contexto turístico dos “Lençóis Maranhenses.

Na oportunidade dos Jogos Rio 2016, o revezamento da tocha olímpica “conheceu as belezas naturais do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. A chama passou por cenários paradisíacos”⁴⁴. Temos ainda, a candidatura ao título de Patrimônio Natural da Unesco (2018), reconhecimento internacional como lugar ideal para a prática do *kitesurf* (2018), a eleição em 4º lugar como melhor lugar do mundo para viajar em 2019, pela indicação da revista de turismo *Viagem*, na categoria *Melhores Destinos 2019*⁴⁵.

Esses são alguns elementos e momentos da trajetória do Parque⁴⁶, que cooperam – a partir do trabalho de agentes e atores específicos, seja do Estado ou do *trade* turístico, seja do ponto de vista discursivo e imagético – para o entendimento dos Lençóis

⁴⁴ Disponível em <<http://www.icmbio.gov.br/portal/ultimas-noticias/20-geral/7974-lencois-maranhenses-recebe-a-tocha-olimpica>>. Acesso em 06 de out 2018.

⁴⁵ Eleição feita pelo Jornal *O Estado de São Paulo* com especialistas em Turismo. Disponível em <<https://www.estadao.com.br/infograficos/viagem,melhores-destinos-para-2019,944770>>. Acesso em 23 de dez 2018.

⁴⁶ Sobre as transformações na trajetória do PARNA Lençóis, ver D’Antona (1997; 2000); Graça (2010, 2011), Rodrigues (2013).

Maranhenses enquanto potencial turístico. Para fins, entretanto, de caracterização do meu universo empírico de investigação, trato os “Lençóis Maranhenses” como uma porção geográfica com recorte espacial considerando apenas os municípios de Barreirinhas e Santo Amaro, onde se deu meu trabalho de campo, mas também como uma relação sociológica entre os sentidos e apropriações da natureza enquanto unidade de conservação e produto e destino turístico, que na sua constituição, foi relegando a menção e a presença da existência de populações humanas nativas e exacerbando a ideia de uma natureza como paraíso.

1.5 Delimitação do tema, objeto de estudo e tese levantada

A temática mais ampla que pontua esta pesquisa diz respeito à conservação da natureza estabelecida nas chamadas Unidades de Conservação. No Brasil, o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC –, instituído pelo Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000, considera como Unidade de Conservação (UC) o espaço territorial com características naturais relevantes, com seus recursos ambientais, que, instituído e administrado pelo poder do Estado brasileiro, visa garantir proteção e conservação da natureza em limites definidos. As UCs estão organizadas e divididas em dois grupos: 1) Unidades de Proteção Integral, cuja especificidade é a preservação da natureza, admitindo-se apenas o uso indireto dos recursos naturais a partir de normas e regras restritivas; 2) Unidades de Uso Sustentável, cujo caráter é a conciliação da conservação da natureza com o uso sustentável de parte dos seus recursos naturais disponíveis em seus limites.

Os Parques Nacionais – categoria aqui privilegiada –, pertencem ao primeiro grupo, o das Unidades de Proteção Integral, juntamente com as Estações Ecológicas, Reservas Biológicas, Refúgios de Vida Silvestre e os Monumentos Naturais. Áreas de Proteção Ambiental, Áreas de Relevante Interesse Ecológico, Florestas Nacionais, Reservas Extrativistas, Reservas de Fauna, Reservas de Desenvolvimento Sustentável e Reserva Particular do Patrimônio Natural pertencem ao segundo grupo, o das Unidades de Uso Sustentável. Para além da distinção de suas finalidades, é importante compreender a dualidade epistêmica e política sobre o entendimento da natureza aí subjacentes: preservação (através de normas e regras restritivas para o uso indireto dos recursos da

natureza) *versus* conservação (através de normas e regras conciliadoras para uso direto e sustentável dos recursos naturais).

Nesse sentido, esse instrumento jurídico-ambiental concretiza, no Brasil, um longo caminho de discussão teórica e de práticas no âmbito internacional com vistas à conservação e preservação da natureza, desde o século XIX, que se traduzem “como conceitos para caracterizar as áreas naturais protegidas como expressão eminentemente moderna e ocidental” (BARRETTO FILHO, 2001, p. 6). Para além da questão conceitual que os termos remetem em si, como salienta Barretto Filho, estamos diante de um exemplo aglutinador da relação do homem moderno ocidental com a natureza, com diferentes visões tecidas sobre ela e as variadas formas de proteger sua biodiversidade na sociedade capitalista (DIEGUES, 2008).

Barretto Filho (2001, p. 14), indica que no caso do Brasil, unidade de conservação foi o termo consagrado, em vez de área protegida ou área silvestre (estes de uso recorrente na perspectiva do conservacionismo internacional), não somente na legislação, mas também no discurso adotado pelas instituições governamentais e não-governamentais relacionadas ao meio ambiente. Segundo levantamentos do autor, o termo teria sido adotado oficialmente pelo Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal (IBDF)⁴⁷ “no estabelecimento da política setorial de áreas protegidas com a publicação [em 1979] do Plano do Sistema de Unidades de Conservação do Brasil” (MILANO et al, 1993, p. 06 apud BARRETTO FILHO, 2001, p.14).

De modo a não o tornar um *obstáculo verbal* (BACHELARD, 1996, p. 27), o conceito em questão deve ser compreendido, segundo Diegues (2008), nas bases ideológicas que propiciaram o surgimento do movimento epistemológico, político e ambiental para a criação das áreas naturais protegidas, primeiro nos Estados Unidos, forjando um modelo ambiental de preservação, depois importado para outros países, sobretudo para a América Latina (BARRETTO FILHO, 2001; DIEGUES, 2008).

A lógica preservacionista norte-americana que balizou uma configuração territorial para as áreas naturais e de vida selvagem (*wilderness*), tornou-se referência para a maioria dos países no processo de criação das suas unidades de conservação, sobretudo, na modalidade Parque Nacional, mas que traz consigo alguns problemas cruciais para

⁴⁷ O IBDF, surgido em 1967, extinto em 1989, é uma consequência direta do Código Florestal, de 1965, responsável, àquela época, pela implantação de medidas de proteção e conservação dos recursos naturais. Pereira Cesar (2010) realiza um estudo evolutivo desta instituição, demonstrando como essa e outras instituições são reunidas para a criação do IBAMA, em 1989, pela Lei nº 7735.

compreensão dessa temática. Segundo Diegues (2008, p.15), este modelo está “baseado na visão do homem como necessariamente destruidor da natureza” que pressupõe “uma concepção específica da relação homem/natureza” (idem, p.17) e, já que o interesse é “proteger” um recorte do *mundo natural*, a única solução era realizar um duplo movimento: afastar esse homem moderno da *permanência* desses lugares, mas aproximá-lo quando, e, apenas, para admirar e reverenciar esses ambientes. Tal aproximação se concretizaria principalmente pelo turismo.

Os Parques Nacionais brasileiros têm como inspiração um modelo originalmente formulado no século XIX, nos Estados Unidos. O primeiro no mundo a ser criado foi o de *Yellowstone*, 1872 – e no Brasil, foi o Parque Nacional de Itatiaia/RJ e MG, em 1937⁴⁸ –, a partir da “defesa de uma natureza intocada, o amor aos bosques primários e aos cursos d’água”, inaugurando a lógica do “culto ao silvestre” (MARTÍNEZ ALIER, 2015, p.22), consolidando o modelo de conservação da natureza para fins de preservação através da *contemplação* (DIEGUES, 2008).

Barretto Filho (2001) indica que o surgimento e o desenvolvimento do conceito de parque nacional e reservas equivalentes no Brasil devem ser compreendidos a partir das discussões em torno da estética da natureza anglo-americana e, sobretudo, da experiência norte-americana, já que *Yellowstone* é oficialmente o primeiro parque nacional do mundo, como já foi indicado. Nesse sentido, John McCormick (1992, p. 17) aponta que este conceito foi criado por George Catlin, pintor norte-americano, a partir de seu incômodo pela situação de exploração vivida pelos índios do seu país, que eram pagos com uísque para matarem bisões e aproveitarem exclusivamente suas peles para fazerem túnicas, que se tornaram artigo de luxo apreciado no Oriente, e que tão logo, poderiam ficar extintos⁴⁹. O pintor identificou o que hoje podemos considerar como uma problemática e uma crise socioambientais e, quanto a isso, não apenas registrou essas preocupações em seus quadros, mas também na sua obra *Letters and Notes on the Manners, Customs, and Condition of the North American Indians*, de 1841. Além de estabelecer uma espécie de crítica socioambiental, inovadora à época, o pintor propunha uma possível solução que julgo visionária, através da criação do que nomeou como “parque nacional ou da nação”. Este deveria ser efetivado por uma política governamental

⁴⁸ Desde 1876, por sugestão do engenheiro André Rebouças, inspirado na criação do Parque de *Yellowstone* nos Estados Unidos em 1872, houve a primeira iniciativa para a criação de um Parque Nacional no Brasil. Sobre isso ver Medeiros (2006).

⁴⁹ Disponível em: <<https://www.thoughtco.com/proposed-creation-of-national-parks-1773620>>. Acesso em 20 de nov de 2022.

protetora da “vida selvagem” norte-americana, que possibilitaria para as gerações futuras a contemplação daquele modo de vida. George Catlin, assim, define os objetivos da sua ideia, que foi ignorada por muitas décadas: “[...] preserved in their pristine beauty and wildness, in a magnificent park... [...] preserve and hold up to the view of her refined citizens and the world, in future ages! A Nations Park, containing man and beast, in all the wild and freshness of their nature’s beauty!”⁵⁰

Antes de George Catlin, entretanto, o poeta romântico inglês William Wordsworth, em *A Guide through the District of Lakes*, de 1810, concebeu a necessidade de preservação de áreas naturais, a partir do caso do Distrito dos Lagos (transformado em Parque Nacional em 1951 e Patrimônio Mundial da UNESCO, em 2017, localizado no noroeste da Inglaterra), para que fosse encarado como “uma espécie de propriedade nacional na qual tem direito e interesse cada homem que tem um olho para perceber e um coração para desfrutar” (WORDSWORTH, 1952, p. 127 apud MCCORMICK, 1992, p. 17).

Barretto Filho (2001) nos possibilita compreender sociologicamente as raízes do pensamento que pauta a ideia de áreas naturais e vida selvagem (*wilderness*) a serem protegidas que inspiraram a criação das unidades de conservação da natureza, sobretudo, os Parques Nacionais. Utilizando-se dos apontamentos do historiador Mark David Spence (1999 apud BARRETTO FILHO, 2001, p. 44), chama atenção que o autor mostra que ainda na primeira metade do século XIX, nos Estados Unidos, a ideia de *wilderness* incluía e considerava os povos indígenas, com destaque para a figura de George Catlin, considerado pela maioria dos estudiosos do meio ambiente, como o primeiro a designar, como vimos anteriormente, a noção de parque nacional. Além disso, Barretto Filho (2001) citando ainda Spence, diz que este indica que a ideia de:

pristine uninhabited wilderness (áreas naturais selvagens intocadas e desabitadas) corresponde a um desenvolvimento ulterior, a uma transição nas concepções norte-americanas em torno da *wilderness*, ligada a uma expressão historicamente específica do nacionalismo norte-americano na segunda metade do século XIX, na qual a paisagem natural despovoada ocupou um lugar central. Originalmente, falava-se de uma *Indian wilderness*, à qual estava associada a ideia romântica do índio como expressão perfeita da humanidade, livre das condições opressivas da sociedade civilizada, donde as noções de *natural man* e *children of nature* (homem natural e filhos da natureza). Esta

⁵⁰ Em tradução livre: “preservados em sua beleza intocada e selvagem, em um parque magnífico... [...] preservar e manter a visão de seus refinados cidadãos e do mundo, em eras futuras! Um Parque Nacional contento homens e animais, com todo o seu estado selvagem e frescor da beleza de sua natureza”. Disponível em: <<https://www.thoughtco.com/proposed-creation-of-national-parks-1773620>>. Acesso em 20 de nov de 2022.

visão expressava-se na presença conspícua dos povos indígenas na paisagem natural pintada e descrita nesse período (BARRETTO FILHO, 2001, p. 45).

Para Barreto Filho (2001), as contribuições de Spence possibilitam, por um lado, compreender que a construção da ideia de *wilderness*, foi se definindo como característica e concepção de uma paisagem natural, completamente despovoada, concretizando-se por meio de uma política explícita de remoção e expropriação territorial de povos nativos. À medida que a ideia de *wilderness* pendia seu significado apenas para natureza natural/selvagem esvaziava-se teoricamente da questão humana na história dos parques nacionais norte-americanos.

No Brasil, o controle do Estado se tornou institucionalmente efetivo sobre o ordenamento territorial das UCs, entre elas o Parque Nacional, através do conjunto de normas e leis referentes à conservação da natureza, desenhados desde 1925, quando da criação do primeiro órgão governamental federal destinado a administrar áreas cobertas por flora nativa – o Serviço Florestal Federal (SFF), subordinado ao Ministério da Agricultura (ROCHA et al, 2006, p. 216). Tem-se na política ambiental do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), que data de 2000, a configuração mais atual do longo processo de criação de modelos, visões, planos, estratégias, legislações e órgãos competentes na conservação da biodiversidade do país.

Somado a isso, quando pensamos o caso do Brasil, temos a situação de que o modelo de Parques Nacionais colidiu com distintas realidades territoriais, pois nas muitas áreas definidas pelo Estado como unidades de conservação de proteção integral já existiam populações reproduzindo formas de organização social e econômica, consolidando modos de vida e formas específicas de apropriação dos recursos (DIEGUES, 2008), derivadas de condutas territoriais igualmente específicas (LITTLE, 2000).

Rocha et al (2006, p. 205) chamam atenção para o fato de que embora não seja adotada universalmente, a existência da premissa de que as áreas destinadas aos Parques Nacionais (PNs) deveriam pertencer integralmente ao patrimônio público foi prevalecente na política brasileira, de modo que, como *bens públicos*, poderiam ser inteira e plenamente manejados para conservar a natureza e as suas belezas cênicas. O grande problema dessa premissa é que muitos PNs foram criados em lugares que já existiam a presença humana e isso gerou graves conflitos que se acumularam e se agravaram ao longo dos anos.

Assim, a criação das UCs apresenta conflitos relacionados à presença humana no seu interior e ao uso de recursos naturais (ROCHA et al, 2010; ABIRACHED et al, 2010), de forma que indígenas, quilombolas, pescadores, agricultores, extrativistas tiveram sobrepostos aos seus territórios novos limites e regras definidos pelo Estado brasileiro (GOMES, 2017). É importante destacar que a criação da unidade de conservação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, universo empírico da minha investigação, ocorreu sem que a presença das famílias que viviam nessa região fosse registrada pelo Estado (GOMES, 2017), e o pressuposto da sua não-participação fica cada vez mais evidente no processo atual de privatização do Parque e das possíveis alterações nos limites do Parque, via Projeto de Lei ⁵¹. Nos termos de Bourdieu (2009), pode-se dizer que essa situação remete ao controle do Estado de dividir/reunir, separar/agrupar e classificar/desclassificar/reclassificar espaços, introduzindo por decreto uma descontinuidade decisória na continuidade de espaços que são historicamente vividos como territórios.

Nota-se que a mudança de pensamento social com relação à natureza do século XIX, que será melhor explorada em capítulo específico, foi fundamental para a criação de projetos de proteção ambiental, como os parques nacionais e outras modalidades. Nesse contexto, outras questões foram atuantes nesse processo, como expedições, estudos, relatórios, pesquisas, campanhas, mas destaco, o caso da produção de imagens da natureza dos espaços que se pretendia preservar. As imagens produzidas por fotógrafos, pintores e ilustradores, neste caso, podem ser entendidas como evidências construídas dos *lugares naturais* que ajudaram a criar uma sensibilização e pressão sobre o poder público para criação de áreas protegidas, tornando-se imagens influencias. No caso do Parque Nacional de *Yellowstone*, as fotografias de William Henry Jackson, as pinturas de Thomas Moran tiveram um papel importante nesse sentido⁵². No caso de *Yosemite*, que primeiro se constituiu como um parque estadual, por volta de 1860, Frederick Olmsted (arquiteto

⁵¹ Projeto de Lei do Senado n° 465, de 2018, de autoria do Senador Roberto Rocha (PSDB/MA). Ver <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/134725>>. Acesso em 10 de set de 2019.

⁵² Algumas referências que tratam sobre a importância das imagens na criação do Parque Nacional de *Yellowstone*: <<https://www.yellowstone.org/legendary-teamwork-of-moran-and-jackson-puts-yellowstone-on-the-map/>>; <<https://www.yellowstonenationalparklodges.com/connect/yellowstone-hot-spot/how-art-led-to-the-creation-of-yellowstone-national-park/>>; <<https://www.dn.pt/ciencia/a-oeste-tudo-de-novo-em-1872-a-america-apaixonou-se-por-yellowstone--14632322.html>>; Reportagem que destaca o papel das imagens fotográficas e o trabalho de fotógrafos no processo de concretização de projetos de criação de áreas protegidas norte-americanas <<https://www.estadao.com.br/alias/exposicao-ressalta-importancia-de-ansel-adams-para-preservacao-natural/>>. Todas estas referências tiveram acesso em 20 de nov de 2022.

paisagista criador do Central Park de Nova York) contratado pelo governo para propor um plano de desenvolvimento para criação do parque estadual, baseou-se nas fotografias de Carleton Watkins e pinturas de Thomas Hill, Virgil Williams e Albert Bierstadt (HUNT, 2012, p. 259 apud CHAIMOVICH, 2017, p. 286).

Ainda sobre a relação das imagens com a criação de áreas naturais preservadas, sobretudo, os parques nacionais, considero outros dois desdobramentos das imagens, importantes no processo de constituição dessas unidades de conservação como destino turístico. O primeiro desdobramento é o modo como as imagens, especialmente as fotográficas, encontram-se *implicadas* no turismo (AQUINO, 2016), são construídas e utilizadas para a propaganda turística dessas áreas, desenvolvendo-se na esteira da atividade moderna do turismo, ajudando a “tomar posse de um espaço” (SONTAG, 2004, p. 19).

Nesse sentido, Lívia Aquino (2016, p. 16) estabelece que fotografia e turismo forjam ao longo do século XX “operações que comportam, entre outros aspectos, a invenção dos lugares, a ocupação do tempo, o acúmulo dos clichês e a roteirização de uma memória”, caracterizando-se como “um meio de estruturação da experiência dos rituais de viagem, e, juntos, operam e criam juízos de valor, tanto nos modos de ver quanto na compreensão do tempo e do espaço” (p. 23). Urry e Crashaw (2000, p. 179) ao analisarem a relação entre turismo e fotografia estabelecem que “it is the visual images of places that give shape and meaning to the anticipation, experience and memories of travelling”⁵³. No caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, o trabalho de Rodrigues (2013), exemplifica a mobilização e poder das imagens nos discursos oficiais para despertar o interesse do consumidor pelo produto turístico “Lençóis Maranhenses”.

O segundo desdobramento das imagens é quanto à sua relação com o *turista-fotógrafo* (AQUINO, 2016) que se educou a viajar por imagens e textos, a partir do processo de constituição social de um olhar específico (URRY, 2001), no contexto da massificação do turismo e da popularização das câmeras fotográficas. Destarte, as imagens produzidas pelos turistas adicionam mais uma camada no registro e inventariação dos lugares visitados. O *turista-fotógrafo* está imerso em um ciclo ininterrupto: por um lado, é instigado porque foi ensinado, a encontrar, pelo consumo turístico, “os locais balizados e aqueles virtualmente potenciais, construídos paulatinamente para vir a ser uma fotografia”, experimentar e reproduzi-los em suas

⁵³ Em tradução livre: “são as imagens visuais dos lugares que dão forma e significado à antecipação, experiência e memórias da viagem”.

fotografias, tornando-as *troféus* (SONTAG, 2004) na sua volta à rotina. Por outro lado, o *turista-fotógrafo* se torna autor de novas imagens instaurando novas percepções e representações dos lugares, estimulado para outros turistas, novos consumos dos lugares, isto é, inserindo mais imagens no mercado de bens simbólicos do turismo. Lívia Aquino (2016) aponta que a compreensão deste novo ator social foi entrelaçada sobremaneira pela Kodak “nos protocolos de ver, escolher e fotografar lugares demarcados com antecedência” (p. 26), estabelecendo uma condição específica de circulação de determinados lugares, como os parques nacionais, a serem conhecidos exclusivamente por meio da fotografia.

Ao visitar esses lugares do *mundo natural*, intocados, selvagens, vazios, e com todo o seu “frescor da beleza de sua natureza”, como disse George Catlin, que deveriam ser controlados pelo Estado, o homem moderno os utilizaria, em seu tempo de lazer, para recobrar as energias, descansar o corpo e desfrutar da natureza, mas também, realizaria aquilo que Diegues (2008, p.17) chama de reprodução do *mito do paraíso perdido*, onde o homem expulso do Éden procura e deseja um lugar que alude àquela condição. Dessa forma, a unidade de conservação dos parques nacionais forneceria e concretizaria esses intentos e o turismo mediaría essa possibilidade.

O conteúdo das imagens já coletadas por mim somado às informações e dados da pesquisa de campo em Barreirinhas e Santo Amaro junto às agências, guias, turistas, nativos, possibilitaram-me estabelecer como objeto de estudo o entendimento das formas discursivas e imagéticas no processo de oferta e consumo da natureza como um produto turístico no contexto de uma unidade de conservação do PNLN. Busco responder questões como: qual o papel das imagens e suas narrativas propagadas do Parque dos Lençóis Maranhenses em redes sociais, revistas de turismo, livros de fotografia produzidas por diversos atores e agentes, no processo de comodificação da natureza dessa unidade de conservação como destino turístico? Como o âmbito da natureza na unidade de conservação Parque dos Lençóis Maranhenses é roteirizada por agências, através de imagens e narrativas e assimilada pelos turistas como destino turístico?

No processo de exame das imagens e narrativas das imagens coletadas em diferentes esferas (redes sociais, revistas de turismo, repositório de imagens, livros de fotografias, revistas de bordo de companhias aéreas) observei, em uma primeira leitura, as composições marcadas pela grandiosidade da natureza, com enquadramentos que privilegiam uma paisagem composta por elementos naturais de dunas alvas e curvilíneas, lagoas com variações de cores entre o azul (denominado turquesa) e verde (nomeado

esmeralda), com a presença de raios luminosos de sol ou em suas últimas luzes, e um céu límpido ou abarrotado de nuvens. Muitas vezes, observei cajueiros, carnaubeiras, buritis, castanhas, troncos secos da vegetação característica, caprinos, cavalos, como borda, ou como destaque das imagens fotográficas. Projetam, nesse sentido, a ideia de *paraíso* configurado a partir de dunas, lagoas cristalinas, céu espetacular, frutas exóticas e animais soltos no ambiente, sugerindo um lugar natural, vazio, óbvio. Operam, assim, na construção de uma natureza prístina, simplificando ou apagando a existência humana, desconectando-as de questões político-econômicas relacionadas à sua própria produção, enquanto destino turístico único. O componente humano, quando nativo, era envolto de um tom exótico, portando objetos culturais como facão, barquinhos, cestos, pés descalços, ou encostados ou amontoados na parede de suas casas feitas de barro e cobertas de palha.

Quando o elemento humano é o turista, percebi estarem inseridos no plano fotográfico, a partir de um certo enquadramento de elementos naturais – dunas alvas, lagoas de azul-turquesa e verde-esmeralda, céu azul e pôr-do-sol apoteótico –, de um certo ângulo – geralmente sozinho de frente para o horizonte e de costas para o espectador – e de um certo plano – panorâmico, com fundo infinito tecendo uma experiência de lugar que ficará na memória. Fotografias marcadas pela seleção de alguns elementos naturais – dunas, lagoas, céu azul e pôr do sol – que conferem um caráter cênico, e de performances e poses que se esforçam para exibir um apossamento exclusivo, dando a ideia de que estão sozinhos naquela imensidão. Retratadas pelo olhar do *turista-fotógrafo*, tais imagens, ajudam a consolidar um modelo de contato e consumo da natureza através da contemplação, ao mesmo tempo em que reforçam a ideia de uma natureza intocada para aquela unidade de conservação. Essas imagens-comuns que abarrotam as redes sociais e em outros sítios de busca nos possibilitam mirar, antropologicamente, a problemática da construção e reprodução de uma paisagem que vai se distanciando do existente e vivido cotidianamente pelas populações locais do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – PNLN, e vai sendo desenhada como uma forma concluída e propícia à contemplação, quando se refere a um lugar turístico. Aqui percebemos a permanência histórica do sentido de paisagem como representação pictórica, como cenário com elementos marcantes e fixos, confinando o mundo no âmbito de suas superfícies.

No conjunto dessas imagens fixas, de fotografias impressas e digitais, percebi o que considero como uma reatualização do caráter *pitoresco*, categoria estética que remete a uma natureza acolhedora, generosa e grandiosa, presente na construção da visualidade sobre a natureza do nosso país no processo de colonização europeia, guiando o olhar de

artistas vinculados à várias missões artísticas, como nos trabalhos imagéticos de Rugendas e Debret, por exemplo. Por outro lado, percebi o que vem sendo entendido como *instagramismo*, que é uma estética que cria fotos projetadas de um ambiente, que são preparadas para serem “perfeitas”, utilizando-se de filtros que intensificam a realidade dessa natureza, através de características fotográficas que retratam ícones que não revelam tantas informações, por criarem e reproduzirem estereótipos presentes nas muitas imagens de divulgação oficial dos Lençóis Maranhenses.

As imagens turísticas, dessa forma, representam a versão/visão hegemônica propagandeada sobre os Lençóis Maranhenses. Contrariamente, meu interesse estava na busca do *avesso* de tais imagens, que possibilitaria conhecer e apresentar outros enquadramentos do PNLN. Diante disso, este trabalho pode soar, de certo ângulo, como uma análise que reforça a visão hegemônica dos Lençóis Maranhenses, pelo fato de aparecerem mais “imagens turísticas”, entretanto, isso não significa que eu ignore a existência social das famílias que vivem no parque. Neste momento, no âmbito deste estudo, a minha pretensão de perseguir o *avesso* das “imagens turísticas” não foi possível de ser realizada completamente, no horizonte das minhas possibilidades, devido às implicações e desdobramentos da pandemia da Covid-19.

2 COMODIFICAÇÃO DA NATUREZA PELO TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO: perspectivas teóricas para a construção e compreensão do problema de pesquisa

“Brasil tem mais de 70 parques nacionais; saiba como visitar: é possível explorar espaços e conhecer rios, cachoeiras, animais e diferentes espécies de planta. [...] Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: são 155 mil hectares de dunas, rios, lagoas e manguezais. É uma paisagem surreal, formados por dunas altas e curvilíneas, entremeadas por lagoas de água transparente”⁵⁴.

A chamada acima, de 2017, retirada da sessão “Turismo e Viagem – Descubra o Brasil” da página eletrônica g1(Globo Comunicação e Participações S.A.) condensa uma imagem turística dos Lençóis Maranhenses a partir de uma fotografia escrita (VASQUEZ, 2012) sobre a natureza daquela unidade de conservação.

Na reportagem elogiosa do PNLM acima citada, os verbos utilizados – *visitar*, *explorar* e *conhecer* – relacionados a um espaço marcado por elementos da natureza – dunas, rios, lagoas e manguezais – chamam atenção para outros tipos de ação para além da de mera e necessariamente ação de contemplação dos que visitam aquela unidade de conservação. A *paisagem surreal*, expressão qualificadora da natureza PNLM, agora, não é uma dimensão “dada”, mas construída, situada e modificada pela atuação e percepção de diferentes agentes (os turistas, no caso dessa reportagem) sobre a natureza.

É apenas um dos muitos relatos que podem ser encontrados em uma busca despreziosa pela internet, que reforça os “Lençóis Maranhenses” (expressão utilizada pela *trade* do turismo e pelos próprios turistas) como um destino de viagem único, composto de uma *paisagem surreal*, cobiçado por turistas do mundo inteiro. Esta apresentação, desacompanhada de imagens, mas imagética, serve para exemplificar e problematizar inúmeras questões que gravitam em torno do meu objeto de investigação. Pensando tal relato como parte do real de referência (OLIVIER DE SARDAN, 2008) e ao mesmo tempo como um dado de pesquisa, exponho a seguir o aporte teórico que será mobilizado ao longo do presente trabalho, estabelecido em alguns eixos de questões

⁵⁴ Disponível em <<https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/descubra-o-brasil/noticia/brasil-tem-mais-de-70-parques-nacionais-saiba-como-visitar.ghtml>>. Acesso em 06 de out 2018.

importantes para a compreensão do fenômeno da comodificação da natureza em unidades de conservação, privilegiando o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Este capítulo está dividido em quatro tópicos e visa apresentar os principais temas e discussões da pesquisa, através desses fios condutores: constituição histórica de áreas protegidas da natureza e conceitos e ideologias importantes no processo de sua compreensão socioantropológica, no tópico 2.1; análise da paisagem como representante da natureza e sua relação com a instituição do turismo em unidades de conservação, no tópico 2.2; contribuições epistemológicas para o entendimento do conceito e fenômeno social da comodificação da natureza em áreas protegidas, especialmente em parques nacionais, no tópico 2.3 e por último, no tópico 2.4, a presença de determinadas estéticas em imagens, narrativas e práticas sobre o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, que conformam o olhar sobre a natureza na contemporaneidade, especialmente em áreas protegidas das unidades de conservação de parques nacionais.

2.1 Áreas protegidas da natureza: entre o mito da *natureza intocada* e os *artefatos culturais*

As chamadas áreas protegidas foram criadas pela conformidade de novas visões ocidentais sobre a natureza, que devem ser entendidas em sua constituição histórica. Em uma recuperação temporal, o imaginário social sobre a natureza em sociedades anteriores, marcado por mitos e crenças, percorre a escala de longa duração (BRAUDEL, 2016 [1949]; 2011), transformando-se no tempo presente, em ressignificações, neomitos ou mitos modernos (MORIN, 1996; DIEGUES, 1997; BRUHNS, 2010) que serão mobilizados como instrumentos para a criação de projetos de proteção e conservação, como ocorre na situação da criação de áreas protegidas. A questão que aqui se estabelece é a necessidade de perceber quais visões da natureza alicerçaram a criação de áreas protegidas.

Uma dessas visões sobre a natureza é quanto a ideia do *paraíso perdido*, constituída como um dos mitos judaico-cristãos fundantes do mundo ocidental, que na distância de séculos, persiste nas elaborações e debates que situaram e situam a natureza como espaço a ser conservado, entre os séculos XIX e XX, ou “como elemento definidor de natureza e meio ambiente bem conservados” (RAIMUNDO, 2018, p. 100). É uma

ideia que não se esgota, e não tenho aqui a pretensão de submetê-la a um exame profundo, apenas indicar algumas referências, menos do que em uma perspectiva linear, mais em um sentido de travessia e compartilhamento ao longo do tempo que foi sobrevivendo e fornecendo novas inspirações, em diferentes contextos, especialmente no turismo. É um termo recorrente nas propagandas do PNLN, bem como nas descrições dos turistas.

Nesse sentido, Bauman (2003) em sua obra *Comunidade*, inicia dizendo que as palavras, e acrescento também, as ideias, têm significados, e muitas delas guardam sensações ao serem pronunciadas, ouvidas ou escritas. O caso da palavra paraíso e da ideia de *paraíso perdido*, herança judaico-cristã, transmitem a sensação de que Adão e Eva viviam o paraíso sem problemas que afetassem sua felicidade, depois “perdido” com o chamado pecado original. Para nós, Bauman (2003, p. 9) diz que “paraíso perdido ou paraíso ainda esperado; de uma maneira ou de outra, não se trata de um paraíso que habitemos e nem de um paraíso que conheçamos a partir de nossa própria experiência”. Corbin (1989) escreve algo parecido: “por mais que se esforcem, os homens jamais saberão recriar a terra antediluviana, em cuja superfície se inscreviam os traços legíveis do paraíso terrestre” (p. 16).

Nesse sentido, Sérgio Buarque de Holanda (2010 [1959]) enfatiza que a ideia de *paraíso perdido* “não careceu nenhuma civilização, da lembrança, zelosamente cultivada, de um estado de delícias e venturas que teria a humanidade vivido no começo dos tempos, e que alguma catástrofe viera a frustrar sem remédio” (p. 229). Considerava, pois, que a ideia de mundo paradisíaco, fosse ele constituído em uma perspectiva cristã ou pagã, “permanecia invariavelmente no passado, ou no futuro, ou no sonho, alheio e adverso à vida atual” (p. 230). No caso do Brasil, este autor, na obra *Visão do Paraíso*, dedica-se a pensar os motivos edênicos que estiveram presentes no imaginário colonizador do Novo Mundo, à época do “descobrimento” e colonização do nosso país. Uma delas é a ideia de *paraíso perdido*, elemento da crença na “realidade física e atual do paraíso (Éden)”, que naquele momento “parecia então inabalável” (HOLANDA, 2010, p. 226). Naquele jardim deleitoso, criado por Deus, com plantas e animais de todas as espécies, comida boa e farta, águas tranquilas, havia um perfeito acordo entre as criaturas, um estado de harmonia, a feliz ignorância do bem e do mal, a ausência de necessidade penosa, de dor física e até mesmo da morte. Tal crença se fazia sentir em livros de devoção ou recreio, nas descrições de viagens, reais e fictícias, e sobretudo nas obras de cosmógrafos e cartógrafos, aponta o autor.

A possível permanência da ideia de mundo paradisíaco é variavelmente tecida, modificada ou deteriorada ao longo do tempo, submetida à análise e releitura em cada contexto, em que as percepções dos homens diante da natureza são condicionadas culturalmente. No imaginário medievo, por exemplo, marcado pela hierofania (ELÍADE, 1992 [1957]), havia uma impotência dos homens diante da natureza, embora dependentes dela, estavam à mercê de forças desconhecidas e não controláveis (FRANCO JUNIOR, 2005, p. 139).

Yi-fu Tuan (1980 [1974]) percorre, a partir do olhar histórico-geográfico, as percepções e valores sobre a natureza, observando as atitudes e os significados empregados na compreensão do ambiente em que habitamos. Aponta a variação do significado da palavra natureza:

Na medida que o termo (natureza) adquiriu o significado de *physis* dos gregos pré-socráticos, designava a Totalidade ou o Todo. Natureza é os céus acima, a terra abaixo, e as águas sobre a terra. Na Idade Média, a natureza dos eruditos e poetas (adaptando o cosmo aristotélico) sofreu uma constrição para não significar o Todo, mas simplesmente a mutabilidade das regiões sublunares. Embora os céus acima da órbita da lua fossem excluídos, a natureza permaneceu estratificada. Nos últimos séculos, o termo natureza tem perdido mais terreno. Hoje em dia falar de natureza é falar do campo e do selvagem. A natureza perdeu as dimensões de altura e profundidade e ganhou qualidades menos pretenciosas de charme e de beleza natural. Nesse sentido diminuto, a natureza evoca imagens semelhantes àsquelas de campo, paisagem e cenário (TUAN, 1980, p. 152).

O historiador inglês Keith Thomas (2010 [1983]) rastreia na obra *O homem e o mundo natural*, o longo processo, entre os séculos XVI e XVIII, que engendrou uma nova sensibilidade ambiental e uma nova visão da natureza que se consolidaria no século seguinte, fundamental para a criação das chamadas áreas conservadas, em meio ao apossamento indistinto da natureza na nascente sociedade industrial. O autor analisa os debates em várias esferas sociais em torno do entendimento de natureza, buscando apreender as formas de racionalização e questionamento do domínio da natureza, demonstrando que no final do século XVII e início do XVIII houve crescentes elevação e fortalecimento do predomínio humano e sujeição do mundo natural. Nas palavras detalhadas do autor:

Foi no final do século XVII e início do XVIII que tais debates sobre a perfeição dos desígnios do Criador atingiram sua forma mais engenhosa e extravagante.

No século que se seguiu à Reforma, em contraste, a tendência dos teólogos foi colocar ênfase no pecado original. Passou-se a enfatizar o estado miserável e decadente do mundo natural, e os obstáculos que Deus tinha posto no caminho do homem. Entretanto, a partir de meados do século XVII, houve uma crescente disposição a colocar em segundo plano o pecado original para destacar não a decadência da natureza, mas seu desígnio benévolo. Tudo isso foi feito para melhor; não havia desarmonias reais entre a necessidade do homem e a das criaturas a ele subordinadas; os conflitos de interesse não passavam de aparência (THOMAS, 1988, p. 25).

Segundo Thomas (1988, p. 27-28), a teologia da época fornecia os fundamentos morais para o predomínio do homem sobre a natureza, que tinha se tornado, em inícios do período moderno, em uma finalidade amplamente reconhecida de atividade humana. A tradição religiosa dominante, continua o autor, não mantinha nenhum vínculo com aquela “veneração” da natureza encontrada em várias religiões do Oriente. Exemplifica o contexto anglo-saxão, em que a Igreja cristã na Inglaterra se colocou contra o culto das nascentes e dos rios, de modo que as divindades pagãs dos bosques, das correntes de água e das montanhas fossem banidas, deixando assim desencantado o mundo, e pronto para ser formado, moldado e dominado. O autor destaca as contribuições de Karl Marx, decisivas para o entendimento da mudança de percepção e utilização da natureza, quando Marx estabelece que foi o surgimento da propriedade privada e da economia monetária, e não da religião cristã, o que conduziu os cristãos a explorar o mundo natural, foi aquilo que Marx chamou “a grande influência civilizadora do capital” que, finalmente, pôs fim a “deificação da natureza” (THOMAS, 1988, p. 29)

A noção de *paraíso* também é abordada por Yi-fu Tuan (1980, p. 126), argumentando que ocorre uma variação de significados dessa ideia, conforme a geografia local, mas que “em todos os casos, os aspectos desagradáveis e constrangedores do meio ambiente terrestre estão ausentes” (p. 130) e tendem a ser mais parecidos com os lugares que habitam aqueles que imaginam e definem paraíso. Aponta que no começo da história do cristianismo, por exemplo, a cela do monge no deserto e a igreja no mundo eram considerados como pequenos modelos do paraíso, marcando um sentido de que algo da inocência paradisíaca podia ser vista ao redor deles. O jardim monástico da Europa Medieval foi desenhado como um modelo do paraíso, situado em um mundo não redimido (p.166).

Os claustros e os jardins dos mosteiros eram lugares de contemplação. O termo técnico para os jardins fechados ou claustros era “paraíso”. A fonte no meio do

jardim, com seus jatos de água, simbolizava a geografia do Éden (TUAN, 1980, p. 159).

Nas lendas do Graal, continua o autor, o paraíso é a paisagem de um rio que nasce de uma pedra fendida ou de uma montanha (p. 32). Ultrapassado o contexto europeu, aponta outras percepções da natureza como paraíso. Na perspectiva de pensar o paraíso pela tendência de ser parecido com os lugares que habitam, diz que para os aborígenes australianos, a *gum-tree country* (terra dos pinheiros), é a terra além da água grande ou no céu, parece-se com a Austrália, porém é mais fértil e abundante. Os Comanches acreditavam que a terra onde o Sol se põe é um “vale dez mil vezes mais comprido e mais largo” (p. 130) do que seu próprio vale em Arkansas. Nesse universo bem-aventurado não há escuridão, nem vento ou chuva e abundam os búfalos e alces” (p. 130). Para os esquimós da Groelândia, a noção de paraíso é um lugar além, uma região subterrânea, alcançado após a morte, que tem características da sua própria geografia, entendido como “um lugar aprazível, como um eterno e ensolarado verão, onde não faltam água, peixes e abundam as aves, onde as focas e as renas são facilmente caçadas ou são encontradas vivas em grandes caldeirões com água fervendo” (TUAN, 1980, p. 130). Entre estes e outros exemplos, o autor alega que os paraísos são formas racionalizadas do domínio da natureza a partir dos referenciais culturais e relações específicas com a natureza, em que suas noções:

têm uma certa semelhança familiar porque os excessos da geografia (muito quente ou muito frio, muito úmido ou muito seco) são removidos. Em todos eles abundam as plantas e animais úteis e amigos do homem. Os paraísos também se diferem em suas respectivas excelências: alguns são pastagens abundantes, outros são florestas mágicas, ilhas perfumadas ou vales nas montanhas (TUAN, 1980, p. 286)

Acompanhamos até aqui algumas associações e percepções da natureza, através da ideia de paraíso. Em fins do século XVIII, a referência por paisagens cultivadas dominadas pelo homem ocidental passou por uma contestação radical, como aponta Thomas (1988), já que os ideais e valores românticos reforçaram o gosto e uma aproximação com a natureza. Nesse momento, houve um encorajamento devido ao tempo livre do trabalho, bem como por causa das novas facilidades de viajar com a constituição do turismo de massa. Para o autor, “as classes educadas vieram a atribuir importância sem

precedentes à contemplação da paisagem e à apreciação do cenário rural (THOMAS, 1988, p. 317).

Nesse sentido, a obra de Löwy e Sayre (2021) pensa o romantismo (para os autores *rebelião romântica*), mais que um movimento literário, mas como uma cosmovisão de conteúdos críticos contra a modernidade e suas ameaças à natureza. Configurado como um protesto cultural que promoveu novas conformações sociais sobre as várias esferas da vida em sociedade, entre elas, a dimensão da natureza. O romantismo, para os autores, não se restringe ao período entre o final do século XVIII e meados do século XIX. Avançam epistemologicamente as discussões iniciadas e presentes na obra “Revolta e melancolia: o romantismo na contracorrente da modernidade”, publicada originalmente em 1992, na França.

Muitas figuras foram fundamentais nesse processo, que aqui serão destacadas algumas, por suas produções e feitos terem uma relação direta com a criação das áreas protegidas, guardadas as devidas diferenças e até mesmo proximidades. Um desses exemplos é o naturalista e explorador Alexander von Humboldt, que na perspectiva da historiadora germano-britânica Andrea Wulf (2016), promoveu, a partir das suas descobertas e incursões na natureza, a produção de medições geográficas, mapas, ilustrações, amostras botânicas etc., sob a influência do movimento alemão romântico de humanidade, “concebeu uma nova e ousada visão que ainda hoje influencia a forma como compreendemos o mundo natural” (WULF, 2016, p. 19). A autora pincela nuances de Humboldt, feitas por uma metodologia caminhante e atenta entre a natureza, quando nos expõe que as suas viagens a pé lhe ensinavam a poesia da natureza e seu movimento em meio à natureza era sua maneira de senti-la e captá-la em sua grandeza e complexidade (WULF, 2016, p. 663).

Vitte e Springer (2017) chamam atenção que é importante destacar que Humboldt não fazia distinção entre a esfera do humano e a esfera da natureza, em que esta última esfera é considerada como um todo vivo, e nessa condição, o homem ali é integrante. Sobre isso, Wulf (2016), em uma das passagens de sua obra, assim coloca:

No topo do mundo, olhando para as cordilheiras que se dobravam abaixo dele, Humboldt começou a enxergar o mundo de uma maneira diferente. Viu a terra como um único e imenso organismo vivo no qual tudo estava conectado, e concebeu uma nova e ousada visão que ainda hoje influencia a forma como compreendemos o mundo natural (WULF, 2016, p. 18-19).

Além disso, os autores Vitte e Springer (2017) pontuam o aspecto importante de que “o horizonte epistemológico de Humboldt se formou a partir de uma complexa teia que envolveu teses e premissas do romantismo, com os fundamentos da causalidade do mecanicismo newtoniano” (p. 173)⁵⁵. Assim como recebeu influências do romantismo alemão emergente, Humboldt também exerceu influência nesse movimento epistemológico, inclusive para fora daquele limite:

A ideia humboldtiana da natureza como um organismo vivo, animado por forças dinâmicas, caiu em terreno fértil na Inglaterra. Foi o princípio norteador e a principal metáfora para os românticos (WULF, 2016, p. 345).

Outro personagem é John Muir, considerado o “pai dos parques nacionais” (WULF, 2016). Admirador e leitor atento de Humboldt, chegava a dizer sobre sua intensidade do “desejo de ser um Humboldt”, nutrindo seu desejo desesperado para ver “os Andes de cumes nevados e as flores do Equador” (idem, p. 624) e fazer sua própria “jornada botânica”, em clara alusão às andanças de Humboldt pela América do Sul. Wulf (2016) assim registra sobre Muir, “quando não estava ao ar livre, lia sobre as viagens de Alexander von Humboldt e sonhava ver lugares exóticos com os próprios olhos” (p. 624).

Como vimos, mesmo que brevemente com Wulf (2016), Humboldt se constituiu como uma síntese de uma nova visão sobre o mundo natural, em que entendia o homem como o principal destruidor da natureza, tendo sido um dos primeiros cientistas a compreender o conceito do que hoje entendemos como uso sustentável da natureza e a importância da proteção da natureza, diante do contexto social da sua época, marcado pela preponderância do pensamento contrário à preservação ambiental e adeptos ao sistema colonial de exploração dos recursos da natureza (NUNES et al, 2021). John Muir, adepto das ideias de Humboldt, foi quem incutiu no âmbito da arena política mais ampla e na mente do público, primeiro o norte-americano, inúmeras preocupações ambientais de caráter preservacionista (WULF, 2016). Em suas obras, Muir usava os argumentos de paraíso perdido ou de Éden como alicerces na luta pela preservação da natureza e criação de reservas ou santuários naturais com a finalidade de contemplação idílica e mítica da natureza descrita na bíblia (RAIMUNDO, 2018).

⁵⁵ Trabalhos mais detidos sobre a compreensão humboldtiana da natureza, ver por exemplo: Pedras (2004) e Silveira (2008).

Segundo Raimundo (2018, p. 111), John Muir pode ser considerado o primeiro ativista e ambientalista contemporâneo, dedicando grande parte de sua vida (de 1870 a 1910) à luta pela proteção da natureza de Sierra Nevada, Califórnia, Estados Unidos, principalmente no Vale de *Yosemite*, que depois viria a ser constituído como parque nacional. John Muir pode ser considerado representante de uma das primeiras correntes do ecologismo que se moldou e se expandiu como uma reação ao crescimento econômico, que é a do “culto ao silvestre”, que pressupõe a defesa da “natureza intocada, o amor aos bosques e aos cursos d’água” (MARTÍNEZ ALIER, 2014, p. 22), e:

Não ataca o crescimento econômico enquanto tal. Até mesmo admite sua derrota na maior parte do mundo industrializado. Porém, coloca em discussão uma “ação de retaguarda”, que [...] visam a preservar e manter o que resta dos espaços da natureza original situados fora da influência do mercado. O “culto ao silvestre” surge do amor às belas paisagens e de valores profundos, jamais para os interesses materiais. (MARTÍNEZ ALIER, 2014, p. 22).

As figuras de Humboldt e Muir nos servem para perceber no plano individual as forças empregadas no processo de valorização e proteção da natureza no século XIX. Somado a isso, as macrotransformações na percepção e utilização da natureza das classes abastadas europeias consolidadas no decorrer do século XIX, conforme Raimundo (2018, p. 111), podem ser explicadas por quatro fatores associados, engendrados nos séculos antecessores, conforme a seguir:

1. Melhoramentos dos meios de transporte, que tornaram mais próximos os locais de difícil acesso, tornando-os menos proibitivos;
2. Avanços da ciência e melhorias técnicas de navegação que desmitificaram os temores do homem em relação aos mares, oceanos e praias;
3. Gosto e difusão pela jardinagem, paisagismo e outras formas de representar a natureza, notadamente com a chegada de espécies exóticas oriundas da América recém-descoberta;
4. Poder das artes e literatura que reforçavam o imaginário do europeu da idade moderna e ao longo do século XIX pelas paisagens pouco humanizadas.

O turismo, desde o século XX ocupa um papel considerável nos modos de ver, perceber e utilizar a natureza. Tem sido proposto pelo turismo, desde então, a oportunidade de alcançar, conhecer, visitar, explorar, contemplar os diversos lugares do

mundo, construídos ideológica e comercialmente, pela ideia da natureza como paraíso. Francesca Borri (2020) apresenta um relato em que questiona a noção de paraíso construído pelo setor turístico para caracterizar as Maldivas como ícone do turismo de luxo. Ultrapassa as belas paisagens e os luxuosos *resorts* e reflete a diluição do conceito de paraíso diante de um país inóspito, marcado pela pobreza, criminalidade e segregação social, de terreno fértil para o Estado Islâmico.

O termo paraíso, inscrito e retratado nas propagandas turísticas de lugares se torna assim tão poderoso, que parece condensar e constituir toda a explicação do que podemos entender e imaginar sobre natureza. Nesse sentido, Bachelard (1996) nos inspira a realizar o exercício contrário: o de não tomar e tornar as palavras em obstáculos verbais ao pensamento científico, que parecem à primeira vista, autoexplicativos e evidentes, que impede a visão abstrata e nítida dos problemas e questões reais. Contextualizando com o meu universo da pesquisa, apresento o exemplo da reportagem da Revista de bordo da companhia aérea Azul, de 2017, em sua 50ª edição, que utiliza a ideia de paraíso, de Éden, de forma explícita para nomear, classificar e divulgar os Lençóis Maranhenses como destino turístico para uma parcela específica que consegue consumir o transporte aéreo.

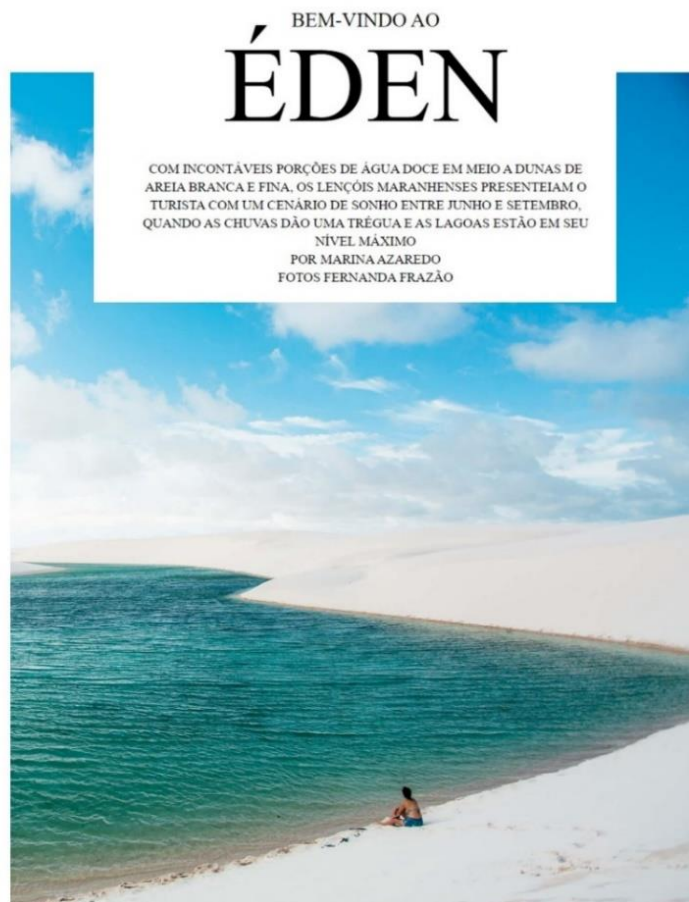
Figura 13: Capa da Revista Azul Magazine, 2017



Fonte: Internet, 2020.

O título “Lençóis Maranhenses” está destacado em amarelo suave, assim como o número da referida edição. A cor amarela, embora luminosa, está tão discreta, que não consegue competir com os tons de azul que colore o nome da revista, no canto superior à esquerda, muito menos com as cores principais: verde-esmeralda das lagoas e o branco das dunas sinuosas, numa imagem fascinante captada estrategicamente em um registro aéreo, criando a sensação de ver o paraíso das alturas e toda a sua imensidão colorida. Ao folhear as páginas da revista, o passageiro nas alturas, chega à reportagem recheada de imagens cativantes e exuberantes e lê o seguinte título em letras aconchegantes: “Bem-vindo ao Éden”. A vista passeia pela primeira imagem antes de continuar a leitura, que permite desde o seu título imaginar o “paraíso” e planejar uma ida o mais rápido possível para encontrar a descrição lida em letras menores, colocadas assim: “Com incontáveis porções de água doce em meio a dunas de areia branca e fina, os Lençóis Maranhenses presenteiam o turista com um cenário de sonho entre junho e setembro, quando as chuvas dão uma trégua e as lagoas estão em seu nível máximo”.
POR MARINA AZAREDO
FOTOS FERNANDA FRAZÃO

Figura 14: Imagem dos “Lençóis Maranhenses” na Revista Azul Magazine, 2017



Fonte: Revista Azul Magazine, 2017.

A natureza como *paraíso* – Éden – é retratada como um *presente* não palpável que será consumido como um *sonho*. A natureza como *cenário* é feito apenas de elementos naturais – porções de água doce, dunas de areia branca e fina –, que comporta o elemento humano na condição de turista. O que pode alterar esse *cenário* seria o elemento natural da chuva que age sobre uma natureza aparentemente intocada. É possível, em algum momento da leitura, o leitor respirar profundamente e pensar que entrará sozinho naquele paraíso.

Figura 15: Imagem dos “Lençóis Maranhenses” na Revista Azul Magazine, 2017



Fonte: Revista Azul Magazine, 2017.

As imagens (Figuras 13 e 14) só reforçam essas balizas e cumprem um papel fundamental no convencimento dos potenciais turistas a conhecer e consumir, simbolicamente, em primeiro lugar, “a mais perfeita *representação* do paraíso”. O turista solitário, como único representante humano, é pura performance no processo de contemplação da natureza exuberante. As imagens, nesse sentido, parecem ganhar uma nova condição para além da divulgação imagética, transmutando-se em dispositivos e tecnologias de poder (FOUCAULT, 1999) do *trade* turística no disciplinamento e treinamento dos corpos turísticos, que forjam determinadas performances e comportamentos “úteis e dóceis” no amplo processo de controle da natureza como unidade de conservação e como espaço turístico dos Lençóis Maranhenses. Tais imagens domesticam o olhar, ensinando qual corpo é permitido no *paraíso* e como ele deve se portar para o objetivo central que é a contemplação da natureza.

A compreensão de áreas protegidas baseada no *mito da natureza intocada* (DIEGUES, 1997; 2008) foi sendo absorvida como legítima por outros países e no caso do Brasil, havia/há uma problemática central quando da criação dos Parques Nacionais. As áreas a serem protegidas não designavam necessariamente áreas *naturais*, mas, segundo Barretto Filho (2001), *artefatos culturais*, resultante da ação humana e da existência de grupos que já habitavam (e continuam a habitar) áreas que seriam transmutadas em recortes geográficos de interesse do Estado. Bruhns (2010) ao tratar sobre o papel do *mito da natureza intocada*, indica que:

[...] o “mito da natureza intocada” está presente na representação simbólica relacionada à existência de áreas naturais intocadas e intocáveis pelo homem onde este é visitante e não morador. Nesse mito moderno, ou neomito, elementos nos reportam à “ideia do paraíso perdido, da beleza primitiva da natureza anterior à intervenção humana, da exuberância do mundo natural que leva o homem urbanizado a apreciar o belo, o harmonioso, a paz interior proveniente da admiração da paisagem intocada” (DIEGUES, 1996, p. 59 apud BRUHNS, 2010, p. 158).

No contexto brasileiro, o *mito da natureza intocada* encontra correspondência ideológica com o *mito fundador* do Brasil como nação, forjado em séculos anteriores. Em termos de aproximação conceitual, Chauí (2006) aponta que, nos séculos XVI e XVII, a natureza (como obra de Deus) se constituiu como um dos elementos do *mito fundador* do Brasil como nação, sob a forma de uma operação divina, traduzida como um *paraíso terrestre*, o jardim perfeito com vegetação luxuriante e bela, feras dóceis e amigas,

temperatura sempre amena, primavera sempre eterna, abundância e boa qualidade das águas (CHAUÍ, 2006, p. 61). A *visão do paraíso* (HOLANDA, 2010), como jardim do Éden, é constitutiva da produção mítica fundadora do Brasil e é ela que reencontramos não somente nas obras abordadas pela autora, mas também, séculos depois, no *mito da natureza intocada*, que se torna o substrato ideológico para a criação de áreas naturais preservadas, no final do século XIX.

Tal *mito fundador* que sagrou a natureza, segundo a autora, “impõe um vínculo interno com o passado como origem, isto é, com um passado que não finda nunca, que se conserva perenemente presente” (p. 9). Para a autora, “um mito fundador é aquele que não cessa de encontrar novos meios para exprimir-se, novas linguagens, novos valores e ideias, de tal modo que, quanto mais parece ser outra coisa, tanto mais é a repetição de si mesmo” (CHAUÍ, 2006, p. 9).

É dessa forma que Chauí indica que as viagens de descoberta e de conquista – alargando o visível e atando-o a um invisível originário, o Jardim do Éden – produzem o Novo Mundo como semióforo (idem, p. 59). Por semióforo, a autora assim define:

[...] é um signo trazido à frente ou empunhado para indicar algo que significa uma outra coisa e cujo valor não é medido por sua materialidade e sim por sua força simbólica, capazes de relacionar o visível e o invisível, seja no tempo, seja no espaço, e expostos à visibilidade realizam a sua significação e sua existência (CHAUÍ, 2006, p. 12).

O motivo edênico (CARVALHO, 1998), dessa forma, é uma constante mobilizada na nossa história para diversos propósitos. O caso da unidade de conservação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses propagado turisticamente como *paraíso, paisagem surreal* será entendida teoricamente a partir da contribuição de Barretto Filho, com o conceito de *artefato cultural*. Conforme o autor, as UCs de proteção integral devem ser entendidas como um fenômeno historicamente datado, e, a partir dessa noção, procura enfatizar o caráter de “constructo socionatural histórico instável e indeterminado”, em que essa dimensão tem se mostrado “dissimulada nas formulações naturalistas anacrônicas e a-históricas, que são hegemônicas nas análises normativas sobre a matéria” (BARRETTO FILHO, 2010, p. 148).

Além disso, o autor nos possibilita compreender o processo de definição das UCs de proteção integral, especificamente no que tange ao seu uso indireto, ao demonstrar como determinados embates entre diferentes projetos e concepções conservacionistas

engendraram certa concepção cultural na sua definição, entre a influência norte-americana e a originalidade brasileira. Um dos argumentos fundamentais do autor é enfatizar que o processo de entendimento do que são as UCs no Brasil, principalmente aquelas de proteção integral, não se dá apenas em termos de sua relevância e significado, mas também da compreensão dos conceitos que sustentam tais unidades, como os de natureza e sociedade, suas relações e materializações em dispositivos normativos e institucionais que são mobilizados no tempo e no espaço por coletivos particulares em prol da criação de unidades de conservação, seja de proteção integral ou de uso sustentável (BARRETTO FILHO, 2001, p. 33).

2.2 A paisagem como representante da natureza: instituição para o turismo em unidades de conservação

A designação de *paisagem surreal* – que aparece na reportagem que abre este capítulo – reforça, como vimos, a ideia de *natureza intocada* (DIEGUES, 1997; 2008), pois, tais classificações sobre o espaço pertencem ao plano da imaginação de uma estética que a considerada como uma dimensão “dada”, um cenário acabado e permanente. Em que medida o *surreal* coloca tal paisagem “além” e distanciada do real, concreto e existente daquilo que é vivido cotidianamente pelas populações tradicionais (BARRETO FILHO, 2001; 2004; 2010; CUNHA e ALMEIDA, 2001), que historicamente vivem e trabalham nessa área hoje identificada como parque nacional?

Se tomarmos a paisagem como uma forma concluída e propícia à contemplação, quando referida à unidade de conservação como destino turístico, percebemos a permanência histórica do sentido de paisagem como representação pictórica, como cenário com elementos marcantes e fixos, proveniente da tradição da arte holandesa, desenvolvida no século XVII (INGOLD, 2015, p.193), confinando o mundo no âmbito de suas superfícies (idem, p. 205).

Tim Ingold (2015) pensa a paisagem relacionada às imagens e símbolos que construímos sobre o espaço vivido, de modo que a paisagem é vivida, ora como ação, ora como ideia, continuamente produzida e reproduzida pelos indivíduos, em que estes também são produzidos e reproduzidos por ela. Estamos diante de um conceito

fundamental, que atravessa o entendimento das áreas protegidas, principalmente aquelas com forte destinação turística.

Antropologicamente, a noção de paisagem, embora tenha sido entendida a partir de um essencialismo que a conformou como equivalente da natureza (SERRANO, 1997; BESSE, 2014), pode ser compreendida como um conjunto de valores históricos que ordena nossa visão sobre a realidade, uma invenção inscrita na modernidade (CAUQUELIN, 2007).

A paisagem é, portanto, fruto histórico do aprendizado humano que revela as maneiras de ver, fazer e estar no mundo. Ainda segundo a autora é “[...] a ideia de paisagem e a de sua construção que dão uma forma, um enquadramento, medidas a nossas percepções – distância, orientação, pontos de vista, situação, escala” (CAUQUELIN, 2007, p. 11).

Luchiari (2001) aponta que a concepção de paisagem, na sociedade ocidental, emergiu concomitante ao processo em que “a ciência arquitetava a dicotomia entre sociedade e natureza” (p. 12), que superou a forma de apreensão de uma natureza mágica, instaurando uma nova ótica sobre ela. A autora nos situa que, “contraditoriamente, ao separar-se da natureza, a sociedade moderna inventou e valorizou a concepção de paisagem. Seu significado estético, eivado de subjetividade, transformou a paisagem em antídoto” para o homem moderno (LUCHIARI, 2001, p. 12).

Jean-Marc Besse (2014, p. 8) indica que vigorou de forma satisfatória, durante muito tempo, a definição que considerava “a paisagem como um panorama natural, geralmente descoberto a partir de um ponto elevado, permitindo, assim, que o espectador obtivesse um tipo de domínio visual sobre o território”, gerando uma espécie de espetáculo que “devia supostamente provocar nos indivíduos o surgimento de um prazer estético ou de uma edificação moral e, no mínimo, de uma emoção sensível inigualável no gênero”. O autor sinaliza que o entendimento de paisagem, acima posto, foi marcado pelo conceito de pitoresco ou ornamental, que continua bem vivo, especialmente na sua expressão comercial, embora isso seja motivo de inúmeras críticas que buscam demonstrar a complexidade do conceito de paisagem, tornando-a, no plano teórico, menos “natural” (BESSE, 2014, p. 8).

Nesse sentido, as perspectivas de Simon Schama (1996) e Balée (2008) nos ajudam a acompanhar as transformações temporais e semânticas da noção de paisagem, e os variados significados atribuídos ao termo, em diferentes línguas e culturas, que

“podem se referir a diferentes unidades políticas, formas de territórios e conceitos” (BALÉE, 2008, p. 11).

No caso do Brasil, para Lilia Schwarcz (2003), a conversão da natureza (como marca de nossa originalidade) em paisagem, conforma-se em emblema da nação, durante o período monárquico, mais particularmente durante o Segundo Reinado, na medida em que “a própria nação aparecia descrita como paisagem; uma paisagem só natural e exuberante, longe de uma sociedade que fazia questão de se vestir à europeia e afastava a imagem da escravidão e da violência” (p. 10). Ou seja, para a autora, a natureza *convertida* em paisagem é fruto de um processo político de idealização e estetização na natureza real em que nela se obliteram (na literatura, na pintura etc.) os ambientes históricos e os conflitos sociais, produzindo uma visão encantada da natureza. Essa operação social de transmutação da natureza em paisagem que permite o controle e os usos sobre a natureza.

A ideia da paisagem como representante da natureza, dessa forma, promove um contexto favorável ao turismo nas UCs, possibilitado pelo processo histórico de outras viagens e deslocamentos à natureza. Antes, porém, de acordo com Serrano (1997), no contexto da preeminência da paisagem como representante da natureza, as viagens de “ilustração” desenvolvidas pelos ingleses desde meados do século XVII cumprem um papel significativo, exercendo uma influência não apenas para a mudança de olhar dos homens (europeus) sobre a natureza como também para o surgimento do turismo moderno. Para a autora, a originalidade dessas viagens não está no simples deslocamento humano, que já era operado desde tempos imemoriais, com fins comerciais, religiosos, de exploração, de migração etc., mas no modo dos viajantes e na eleição dos novos objetos de interesse, como:

paisagens pitorescas (distintas do mundo rural e das cidades), sítios históricos e, de uma maneira muito especial, o mundo natural – que começa, a partir desse momento, a ser estudado por seus valores intrínsecos e não utilitários, num movimento que leva à constituição da história natural, com suas práticas de coleta e observação da natureza (SERRANO, 1997, p. 105).

Precisou o tempo caminhar para que essa e outras modalidades de viagem juntamente com as novas formas de relação e apreciação com/do mundo natural fossem, conforme a autora, interligando-se ao surgimento da figura dos parques nacionais norte-americanos, que têm contido no seu “ato fundador a própria ideia de proteção ambiental

associada à ideia de contemplação, do lazer e, por extensão, do turismo” (SERRANO, 1997, p. 105).

Segundo Serrano (1997, p. 15) é com base na representação da natureza como paisagem, e como cenário para as ações humanas, que se institui o seu consumo pelo turismo moderno nas UCs de proteção integral de Parques Nacionais, como lugar de contemplação da natureza. Nesse sentido, ganham ênfase os destinos turísticos considerados “exóticos” e ou dirigidos a ambientes de grande interesse paisagístico-ecológico que proporcionem uma experiência com a paisagem cênica, tal qual àquela descrita na revista de bordo da referida companhia aérea.

2.3 Comodificação da natureza: contribuições epistemológicas da natureza enquanto mercadoria

A transformação da *natureza intocada* em produto turístico, dessa forma, será entendida pela perspectiva conceitual da *comodificação* da natureza. Em termos etimológicos, advém da palavra em inglês *commodity*, que em significado direto quer dizer mercadoria. No mundo empresarial e financeiro, refere-se a matérias-primas em estado bruto que são produzidas para atender o setor industrial e para o consumo de massa, geralmente provenientes da agricultura, como a soja, milho, trigo, café, açúcar, ou advindos dos extrativismos mineral e vegetal, como petróleo, ouro e outros minérios. Daquela palavra surge o termo comodificação, que denota, em um primeiro momento, o fenômeno de transformação de determinados bens em mercadoria para obtenção de lucro no mercado capitalista.

Os termos comodificação (*commodification*) e comoditização (*commoditization*) muitas vezes utilizados como equivalentes e sinônimos devem ser entendidos de formas distintas, em que o primeiro termo é relacionado “à teoria marxista da *commodity* (mercadoria), sendo mais utilizada na teoria social, enquanto que “comoditização” é mais usada no mundo dos negócios” (BECK, 2018, p. 30). Esta autora ainda ressalta que, o que chamamos hoje de comoditização recebe outras designações, como: comoditização, mercantilização, mercadorização, precificação, financeirização, entre outras, de modo que “independente de qual termo é utilizado, os sinônimos convergem para o mesmo fim: a apropriação privada de algo para obtenção de lucros capitalistas” (idem, p. 30).

A economista Amyra El Khalili explica que “uma *commodity* tradicional é a matéria-prima extraída do ecossistema, que é manufaturada, padronizada por um critério internacional de exportação adotado entre transnacionais e governos”⁵⁶. Aponta que uma das grandes problemáticas é a não participação dos pequenos e médios produtores, dos extrativistas e ribeirinhos, entre outros, nessas decisões que perpassam às *commodities* tradicionais, como soja, milho, café etc. Exemplifica a situação do ouro, que é um minério, e não uma *commodity* enquanto está na terra, é um bem comum. Quando transformado em barras, registrado em bancos, devidamente certificado com padrão de qualidade avaliado e adequado às normas de comercialização internacional, o ouro se conforma em uma *commodity*.

É dessa forma que a comoditização da natureza pode ser entendida, quando a natureza atravessa o processo de transformação da condição de bem comum e passa a ser considerada como mercadoria. A água, por exemplo, ao deixar de ser um bem de uso público e passa a ser privatizada, transforma-se em mercadoria.

Beck (2018) chama atenção de que mesmo que haja imprecisão nas datas, é inegável que o fenômeno social descrito pelo conceito de comodificação não é novo. O caso da comercialização de escravos, que já denotava a situação de um ser humano na condição de ser objeto de troca mercantil. Entretanto, um fato inegável é que a comodificação foi acelerada na modernidade diante do modelo de produção de mercadorias inaugurado pela Revolução Industrial, que na definição de Karl Polanyi (2012, p. 77), são conformadas em “objetos produzidos para a venda no mercado”. Para Polanyi esse processo estabeleceu uma transformação que faz com que o mercado se separasse das demais instituições sociais, conformando-se em uma esfera autônoma, dominando o resto da sociedade pela transformação do trabalho, da terra e do dinheiro em mercadoria, colocando as relações mercantis acima das relações sociais.

Karl Marx constrói sua crítica econômica e social da economia capitalista, em “O Capital”, começando sua investigação pela análise da mercadoria, que é assim entendida:

⁵⁶ A economista faz uma crítica à comoditização da natureza, principalmente no comércio dos créditos de carbono, cunhando o conceito de *commodity* ambiental, que “é o produto manufaturado pela comunidade de forma artesanal, integrada com o ecossistema e que não promove o impacto ambiental como ocorre na produção de *commodities* convencionais”. Entrevista concedida ao Instituto Humanitas da Unisinos (IHU On-Line). Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/527511-as-commodities-ambientais-e-a-financeirizacao-da-natureza-entrevista-especial-com-amyra-el-khalili>>. Acesso em 20 de dez de 2022.

A mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas. A mercadoria, isoladamente, é a forma elementar da riqueza. A riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em uma imensa acumulação de mercadorias (MARX, 2008, p. 57).

A mercadoria é a chave, a síntese para a compreensão das economias de base capitalista, que pelo processo histórico de exploração do trabalho humano, passível de ser comprado e vendido, transforma-o também em mercadoria. Na perspectiva de Marx, a comodificação se traduz pela supervalorização do valor mercantil, enquanto valor de troca no mercado, em relação ao valor de uso. A substância do valor é o trabalho que se aplica na produção de uma mercadoria. Entretanto, para Marx, uma coisa pode ser valor de uso sem vir a ser valor mercadológico, defendendo dessa maneira a seguinte lógica:

É o que sucede quando sua utilidade para o ser humano não decorre do trabalho, como por exemplo, o ar, a terra virgem, seus pastos naturais, a madeira que cresce espontânea na selva etc. Uma coisa pode ser útil e produto do trabalho humano sem ser mercadoria. Quem, com seu produto, satisfaz a própria necessidade gera valor de uso, mas não mercadoria. Para criar mercadoria, é mister não só produzir valor de uso, mas produzi-lo para os outros, dar origem o valor de uso social. O produto, para se tornar mercadoria, tem que ser transferido a quem vai servir como valor de uso por meio de troca (MARX, 2008, p. 62-63).

Quando pensamos o caso do PNLN à luz das contribuições de Marx, conseguimos pautar na constituição dessa unidade de conservação como produto-destino turístico a culminância do processo de comodificação da natureza. Distante dessa circunstância, as dunas, as lagoas, os rios, os igarapés e outros elementos da natureza presentes no parque não são mercadorias quando apropriadas pelas populações locais, para seu próprio uso e benefício, nas suas diversas atividades econômicas e culturais, neste caso, a natureza está sendo percebida e apropriada na condição de valor de uso, conforme a perspectiva de Marx. Estamos, pois, diante de outras interações e relações estabelecidas com a natureza elaboradas pelas populações locais do PNLN. Nesse sentido, para Souza Filho (2019):

A interação entre humanos e meio ambiente permitiu que as comunidades tradicionais do PNLN desenvolvessem sofisticadas práticas na constituição de seu modo de vida. A relação com distintos ambientes possibilitou a consolidação de conhecimentos e habilidades. Tais capacidades estão associadas à articulação entre o entendimento dos ciclos da natureza e a organização da vida social e econômica (SOUZA FILHO, 2018, p. 48).

Um nativo, ao retirar madeira para fazer a estrutura da sua casa, ou palhas de buriti ou carnaúba para cobri-la, ou quando pesca peixes, camarões e siris para se alimentar, ou quando utiliza determinadas áreas para extrativismo ou criação de animais, realiza práticas que não pressupõe os recursos da natureza como mercadoria, mas como bem comum, que pode ser acessado, mediante as regras do grupo, como valor de uso.

Figura 16: Nativo com braçada de cana-de-açúcar e seu animal vigilante, em Santo Amaro



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2019.

Quando pensamos aqueles mesmos espaços pela prática do turismo, vemos, através do trabalho humano de atores e agentes (agências, guias, rede hoteleira, cozinheiras, atendentes, vendedores etc.) envolvidos nessa atividade, transmutar a natureza em mercadorias muitas vezes fetichizadas, que podem ser acessadas mediante a compra de passeios, roteiros e circuitos, *souvenirs*, postais, ou mesmo, alimentos, como a galinha caipira ou o camarão grelhado. É nesse sentido que a perspectiva de Marx nos ajuda a compreender faces da comoditização da natureza naquela unidade de conservação.

David Harvey (2007) indica que a comoditização (termo adotado pelo autor que pode ser entendido como equivalente ao termo comodificação), por meio do turismo, de formas culturais, históricas, inclusive da natureza, implica em políticas de expropriação

adotadas em nome do desenvolvimento, do progresso e da ortodoxia neoliberal, pois a reversão dos direitos de propriedade sobre bens comuns (as populações tradicionais que vivem no PNLM lutam até hoje em torno desses direitos) para o domínio do privado, torna passível a transformação de mercadorias, sob o valor de troca. O autor aponta que “todos esses processos conduziram à transferência desses bens do domínio público e popular para aquele privado e das classes privilegiadas” (HARVEY, 2007, p. 19).

A comodificação da natureza, portanto, faz parte dos processos da acumulação capitalista. A natureza passa a ser considerada uma “mercadoria verde” (SANTANA, 2001), a partir do pressuposto de ser representada como uma “nova raridade”, tornando possível o aumento do seu valor de troca e a consequente conversão dos “bens naturais” e da “paisagem natural intocada” em mercadorias no ecoturismo, turismo de experiência, turismo de aventura, uma indústria “sem chaminé” (BECK, 2018). No ecoturismo, por exemplo, Beck (2018) indica que a mercadoria central é a natureza preservada, presumida em um ambiente distante do cenário urbano, instaurando novas discussões sobre as oportunidades, limites e desafios que essas modalidades da atividade turística promovem. A autora pontua que paisagens bucólicas, contato com a natureza, espaços verdes, lugares surreais são enaltecidos nas propagandas e discursos ecológicos “deste novo mercado que engloba toda sorte de possibilidade de explorar a natureza: turismo de aventura, fazendinhas e pousadas rurais, trilhas ecológicas, safáris, arvorismo, *rafting* etc.” (BECK, 2018, p. 79).

Segundo Santana (2001) a comodificação da natureza realiza uma operação de transformação dos “bens naturais”, antes de uso comum, em “novas raridades”, que na definição da autora, “são objetos de uso corrente e a condição de ser raro atribui a eles valor de troca, por conseguinte, são passíveis de serem convertidos em mercadoria” (p. 179). Conforme a autora, a ideia de uma “paisagem natural intocada” pressupõe a existência de um espaço físico não transformado, não habitado, vazio, tornando-se em objeto atrativo ao fluxo do (eco)turismo e outras vertentes. Entretanto, pontua a autora, com a chegada do ecoturismo, por exemplo, este espaço tem seu uso alterado, produzindo nas áreas de preservação com valor intrínseco marcado por outras percepções e classificações que servirão de base para sua constituição enquanto valor de troca.

A explicação desse processo, de acordo com a autora, e que compartilho, está nas mudanças históricas da produção capitalista que tornaram ou ameaçaram os recursos naturais criando um quadro de escassez ou de carência de tais recursos ou espaços da natureza, tornando o elemento natural em um bem raro, que passa a ser valorizado e sobre

ele novas investidas de várias ordens são criadas. Por um lado, como vimos no primeiro tópico, a valorização da natureza serve para os fins preservação, mas por outro lado, passa a representar uma condição para produção e reprodução do capital, ingressando no processo de circulação de mercadorias. A imagem abaixo nos permite duplamente visualizar essa questão: as carnaubeiras ao lado de uma lagoa rasa, permeada por dunas de areia fina, compõem uma *paisagem exótica* de uma natureza como “nova raridade” para o consumo turístico; são para a comunidade local um bem comum, uma importante referência natural de geolocalização em meio ao campo de dunas, além de fornecer sombra aos humanos e não-humanos que por ali passam. Além disso, as carnaubeiras são ressignificadas, por agências e pousadas de turismo, na construção de suas identidades visuais, a exemplo da Cooperativa de Turismo Santo Amaro Coop (Figura 18) e da Pousada Andorinhas (Figura 19).

Figura 17: Atrativo Passeio América, em Santo Amaro



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Figura 18: Identidade visual da Cooperativa de Turismo Santo Amaro Coop, Santo Amaro



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Figura 19: Identidade visual da Pousada Andorinhas, Santo Amaro



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

A Pousada Andorinhas foi um dos primeiros empreendimentos de hospedagem turística construídos no centro da cidade de Santo Amaro, segundo Dona Kelly, atual administradora dessa pousada. Contou-me que, em 2019, a pousada foi arrendada por seus tios paternos, mas que devido à morte do seu tio por Covid-19, em 2021, foi convidada por sua tia para administrar o empreendimento, já que tinha experiência em administração hoteleira no estado do Tocantins. Ao ser indagada, em certo trecho de nossa conversa, sobre o nome e a logomarca da pousada, pontuou em seu relato sobre a elaboração da identidade visual do empreendimento turístico, em que os agentes sociais mobilizam recursos, espaços e paisagens da natureza, vividos como bens livres e comuns, como elementos visuais e discursivos de *autenticidade* no contexto turístico:

Era outro nome, aí eles [seus tios paternos] decidiram mudar. Aí um dia, lá nas dunas, estava ela (sua tia), papai e outro irmão deles: “bora botar um nome mais a nossa cara!”. Porque os irmãos sempre andam juntos, né? Aí eles pensaram: Andorinhas. Que tem aquele ditado: “uma andorinha sozinha não faz verão!”. E aí eles estão sempre reunidos... [...] eles estavam lá nas dunas refletindo e pensando em qual nome colocariam aqui. E foi vendo as paisagens que foi designado o nome. A gente tem América que tem essas palmeiras de carnaúba. E essa palmeira ela é associada à cidade (Santo Amaro). Aí junto com as andorinhas colocaram a paisagem de América que tem as palmeiras de carnaúba... (Dona Kelly, administradora da Pousada Andorinhas, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022, g.n.).

No âmbito do turismo, a natureza como “raridade” serve como estratégia para reprodução do capital por “adquirirem valor de troca e, por conseguinte, transformarem-se em mercadoria. Estabelecem assim a propriedade privada dos outrora “bens livres”” (SANTANA, 2001, p. 180). Nesse sentido, Harvey (2007) argumenta que o crescente esgotamento dos bens ambientais de uso global comum (terra, ar, água) e a propagação da degradação dos habitats, resultaram igualmente da comoditização indiscriminada da natureza em todas as suas formas. Entretanto, essa é apenas uma das faces da comodificação como um fenômeno social e histórico que, de acordo com o autor, é a continuação e a proliferação daquelas práticas de acumulação que Marx chamou de acumulação primitiva ou originária, na fase de ascensão do capitalismo, que incluem não só a privatização e a comoditização da terra, mas também:

a expulsão forçada de populações camponesas (como no México e na Índia, em tempos recentes); a conversão de várias formas de direitos de propriedade (por exemplo, propriedade comum, coletiva, pública) em direitos exclusivos

de propriedade privada; a supressão de direitos aos bens de uso comum; a comoditização da força de trabalho e a supressão de formas alternativas (autóctones) de produção e consumo; processos coloniais, neocoloniais e imperiais de apropriação de ativos (incluindo recursos naturais); a monetarização da troca e da arrecadação fiscal, particularmente da terra; o comércio de escravos (que continua especialmente na indústria sexual); a usura, a dívida nacional e a mais devastadora de todas, o uso do sistema de crédito como instrumento radical para a acumulação primitiva (HARVEY, 2007, p. 18).

Prudham (2009) considera que o que conhecemos como natureza parece cada vez mais ligada aos circuitos de mercadorias, desde representações de espaços intocados e selvagens vendidos por pacotes de viagens e pelo turismo de aventura, até mesmo a invocação de mitologias pastorais na venda de tudo, do queijo a vinho – no PNLM, a castanha de caju e o buriti, por exemplo. A natureza, no sentido semiótico, também está sujeita a processos de comodificação.

Citado por Beck e Cunha (2017) o estudo do linguista Fairclough (2001) traz contribuições importantes para a compreensão da comodificação contemporânea, já que ele atribui novos sentidos ao termo comodificação – neologismo advindo da junção das palavras *commodity* (mercadoria) e *modification* (modificação), assim definida pelo autor:

A comodificação é o processo pelo qual os domínios e as instituições sociais, cujo propósito não seja produzir mercadorias no sentido econômico restrito de artigos para venda, vem, não obstante, a ser organizados e definidos em termos de produção, distribuição e consumo de mercadorias (FAIRCLOUGH, 2001, p. 255 apud BECK e CUNHA, 2017, p. 138).

Para Fairclough (2001 apud BECK e CUNHA, 2017), apoiado em suas análises das técnicas discursivas usadas pela publicidade, há um movimento que canaliza todas as atividades humanas para o discurso da venda, em que setores da economia fora da produção de bens e consumos já conhecidos estão cada vez mais sendo arrastados para a matriz do consumismo, estendendo o mercado a muitas áreas e setores da vida social. Tal perspectiva se coaduna às considerações de Polanyi (2012), que defende o argumento de que a esfera econômica do mercado suplanta a esfera social e se torna mais importante na constituição da realidade concreta.

A mercadoria expandiu de um bem tangível para incluir todos os tipos de ativos intangíveis: cursos educacionais, férias, seguros de saúde e funerários agora são comprados e vendidos no mercado aberto em pacotes, tal como sabão em pó (FAIRCLOUGH, 1989, p. 35 apud BECK e CUNHA, 2017, p. 138).

A comodificação, assim, deve ser compreendida de forma ampla, e não apenas no seu significado dado na economia – voltado à venda de uma *commodity* –, de modo a perceber, diante das mudanças sociais e culturais, as interferências nas relações que decorrem das transações comerciais, atentando para os usos das linguagens (incluo aqui a visual) que integram uma orientação para que as pessoas realizem coisas e – no caso do mercado de consumo –, comprem coisas (BECK e CUNHA, 2017, p. 139).

A multiplicidade dos termos comodificação, comoditização, mercantilização muitas vezes se aproximam e são tratadas como equivalentes. Apesar disso, a terminologia adotada no presente trabalho será comodificação por se tratar de um fenômeno social amplo que permite pensar o caso da natureza como mercadoria turística no contexto do PNLN, entendida em Beck e Cunha (2017) que:

inclui, portanto, mais do que o trabalho, a posse, o preço, a venda ou as interações restritas à avaliação utilitária do custo-benefício monetário de algo (valor de troca), conforme a interpretação marxista. A comodificação se configura, como um macroprocesso de transformação de toda uma classe de bens e também na reconfiguração de diversos domínios sociais em torno da geração de lucro (BECK e CUNHA, 2017, p. 139).

A comoditização da natureza pelo turismo, no contexto do PNLN, pode ser situada no contexto da valorização das áreas naturais preservadas exploradas pela atividade turística, em que a acumulação do capital acrescentou novas formas e estratégias de expropriação, comodificando a natureza e a ressignificando como capital, “em detrimento de vários outros significados atribuídos a ela por grupos sociais que se pautam em outras lógicas de produção e consumo e de relações sociais com a natureza” (CORBARI, 2021, p. 4).

Vimos em tópicos anteriores que os imaginários sobre a natureza são construídos e baseados contextualmente em certas visões de mundo e determinados valores, que reproduzem imagens na natureza intocada, do paraíso perdido, do Éden, que por forças sociais adquiriu uma necessidade e um status de proteção e preservação. O “culto ao silvestre” destacado por Martínez Alier (2014), quando tratou do *ecologismo dos pobres*,

por exemplo, forjado entre os finais do século XIX e início do século XX, conforme Corbari (2021), perpetua-se por meio de narrativas e representações sociais, justificando ideológica e economicamente a constituição da natureza em novas mercadorias, sobretudo, na esfera do turismo. A natureza passa a ter valor de troca, de modo que os seus recursos adquirem valor econômico, passível de ser reproduzido em mercadorias, justificando cada vez mais o interesse do capital (CORBARI, 2021, p. 5).

Dessa forma, o turismo promove o “poder” de integrar áreas de conservação remotas aos mercados capitalistas globais (SAARINEN, 2019 apud CORBARI, 2021, p. 5), de modo que:

O turismo se apropria, expondo as representações coloniais de lugares naturais distantes e regiões selvagens, que têm sido consideradas “exóticas”, “terra de ninguém” ou “Éden”. O mito da natureza intocada eleva o status de algumas áreas do planeta que detêm considerável biodiversidade (BECK e CUNHA, 2017, p. 139).

É preciso considerar que ao mesmo tempo que a natureza se torna uma “raridade” e valorizada pelo capital que a penetra, incorporando e criando novas mercadorias, inclusive nas/as chamadas áreas protegidas, ocorrem inúmeras problemáticas para as comunidades locais que são pressionadas a substituir as atividades econômicas tradicionais pela atividade do turismo ou sofrem processos de expropriação (GERUR, 2017). A substituição de atividades econômicas tradicionais por atividades relacionadas ao turismo pode ser observada no PNLN. Em Atins – Barreirinhas, um dos principais lugares visitados do Parque, e um dos lugares que realizei trabalho de campo, uma das minhas interlocutoras de pesquisa me contou não só sobre a pressão que recebia praticamente todos os dias para vender seu terreno por uma alta quantia, na casa dos milhões, mas também sobre a situação dos antigos moradores do povoado que acabaram cedendo ao processo de venda para estrangeiros, em sua grande maioria, migrando para outros locais, fundando novos povoados. Nas minhas andanças pelo povoado, nas ruas de areia fofa, percebia em determinados trechos um estreitamento pelo avanço de cercas recém-instaladas, delimitando áreas a perder de vista, bem como muitas casas, chamadas de alto padrão, sendo construídas ou reformadas, muitas escondidas por tapumes de madeira ou metal, e outros terrenos e casas de nativos à venda. Na Rua Principal do povoado se observa as casas dos nativos, uma ao lado da outra, funcionando como

empreendimentos turísticos, com anúncios e desenhos coloridos nas suas fachadas, relacionados a agências de passeios, contratação de guias, aluguel de quadriciclos, de cavalos, pequenas pousadas, restaurantes familiares etc.

Figura 20: Casa como morada e empreendimento turístico, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Figura 21: Casa como morada e empreendimento turístico, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Figura 22: Casa como morada e empreendimento turístico, Atins, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

As contribuições teóricas acima indicadas, possibilitam compreender faces do fenômeno da comodificação da natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, construída em práticas, narrativas e visualidades que revelam estéticas específicas na fabricação da natureza em produtos turísticos, como será apresentado no tópico a seguir.

2.4 Imagens, narrativas e práticas na constituição da natureza comodificada: encontro de estéticas

O turismo em unidades de conservação pode ser entendido como parte do mercado de bens simbólicos em que se opera a produção e consumo da natureza como um produto turístico. A primeira experiência do consumo da natureza, entretanto, ocorre pela visualização das imagens turísticas do destino de viagem, que exerce um papel fundamental de mediação no âmbito da sedução e convencimento de que é possível ir ao encontro do *paraíso*. Relembre, nesse sentido, a situação do leitor daquela revista de bordo que comentei anteriormente, que trazia em suas páginas a apresentação dos “Lençóis Maranhenses” como “paraíso” e “cenário de sonho”: antes de se decidir em

fazer uma viagem para esse lugar e experienciar fisicamente banhos de lagoas esverdeadas, subidas e descidas de dunas etc., o leitor realizou a sua primeira experiência de consumo da natureza daquele lugar através das imagens fotográficas que permitiram a ele se imaginar na natureza.

Faz-se necessário, portanto, ultrapassar o obstáculo epistemológico (BACHELARD, 1996), que naturaliza a relação entre *natureza, turismo e paraíso* no contexto do PNLN, e assim estabelecer, em primeiro lugar, um *iconoclash* (LATOURE, 2008) de imagens e imaginários. O termo *iconoclash* adotado por Latour é inspirado na exposição *Iconoclash. Beyond the Image War in Science, Religion and Art (Iconoclash. Além da Guerra da Imagem na Ciência, Religião e Arte)*, no Centro de Arte e Mídia, em Karlsruhe, Alemanha, em 2002.

O autor reflete imagens daqueles três campos, entendendo-as como mediações para acessar outras coisas, tecendo em sua análise uma arqueologia do ódio e do fanatismo sobre as imagens selecionadas para a exposição, carregadas de ambiguidades, quando não se sabe se elas são destrutivas ou construtivas. A partir de uma imagem extraída de um vídeo, não sabemos à primeira vista, enquanto expectadores, se os personagens são vândalos a destruir, com machados, aquele objeto que parece uma caixa, ou se são espécies de resgatadores de alguma coisa na caixa e usam machados para quebrá-la e alcançar o que ela contém.

A dúvida é dissipada pelo autor quando nos indica que são “corajosos bombeiros italianos” que em meio a um incêndio arriscam suas vidas para salvar o Sudário na catedral de Turim, guardado em uma caixa de vidro para protegê-lo não do vandalismo, mas da idolatria de devotos e peregrinos que poderiam querer rasgá-lo e ter consigo um pedaço dessa insígnia. Com esse exemplo imagético e simbólico de mãos a destruir algo (para vandalizar ou resgatar?) define *iconoclash* como:

Aquilo que ocorre quando há incerteza a respeito do papel exato da mão que trabalha na produção de um mediador (a imagem). É a mão com um martelo pronto para expor, denunciar, desbancar, desmascarar, mostrar, desapontar, desencantar, dissipar as ilusões de alguém, para deixar o ar correr? Ou é, ao contrário, uma mão cautelosa e cuidadosa, com a palma virada como se fosse pegar, extrair, trazer à luz, saudar, gerar, entreter, manter, colher verdade e santidade? (LATOURE, 2008, p. 117-118).

Embora o autor centre seus esforços na reflexão das imagens de três campos específicos – arte, religião e ciência –, diferentes do caso abordado nesta tese, sua perspectiva possibilita realizar uma *quebra* no processo de interpretação da construção das imagens turísticas referentes ao PNLN, e compreender naquilo que elas apresentam, mas também nas fissuras geradas pela quebra dos ícones, como elas são geradas e como elas se conectam e que invisibilidades elas geram. As imagens que serão analisadas no presente trabalho revelam, destroem, reforçam o quê?

A imagem é uma questão de debate em várias áreas do conhecimento que pode remeter a vários sentidos e significados. Nas ciências sociais é uma questão que vem sendo discutida internacionalmente ao longo da segunda metade do século XX, em especial no campo da Antropologia. Longe de estabelecer unanimidade quanto ao termo ou possíveis subáreas, encontramos a utilização de expressões como “antropologia visual”, “antropologia da imagem e som”, “antropologia do audiovisual”, “antropologia da imagem”, “antropologia e imagem”, e outras denominações.

Barbosa e Cunha (2006, p. 7) chamam atenção que, além de designações diversas, múltiplas abordagens e usos da imagem na Antropologia, foram sendo estabelecidas ao longo do tempo algumas funções ou papéis das/para a imagem:

1. Imagem (fixa ou em movimento: fotografia, cinema ou vídeo) como uma questão de método na produção antropológica;
2. Imagem como artefato cultural, passível de se transformar em um objeto de investigação antropológica;
3. Imagem como caminho para elaboração e divulgação de resultados de pesquisa, conformando-se em alternativa à etnografia clássica, pautada sobretudo na palavra, no texto, na escrita;
4. Imagem como subsídio para uma discussão epistemológica da prática antropológica.

O estudo de Barbosa e Cunha (2006), centralmente, trata sobre as relações e encontros entre a imagem e a Antropologia ao longo de sua constituição histórica, que ocorre em paralelo à construção das linguagens fotográfica e cinematográfica – “eclosão conjunta desses dois suportes” (SAMAIN, 1995, p. 28), e as possibilidades que a imagem pode oferecer ao conhecimento antropológico. O encontro entre imagem da fotografia e do cinema com a Antropologia pode ser localizado no período entre o final do século XIX e o início do século XX, marcado pelas várias expedições etnográficas realizadas com o

intento da busca pelo longínquo da diversidade cultural, do “exótico” e do “primitivo”, constatados no processo do colonialismo do século XIX, e, por conseguinte dar visibilidade a essas experiências de contato com outras alteridades.

A relação do trabalho antropológico com a imagem fotográfica pode ser notada no percurso de pesquisa de vários antropólogos, entre eles Franz Boas, Gregory Bateson, Margaret Mead, Bronislaw Malinowski. Para este último, entre a falta de paciência, raiva e pragmatismo, mas também de planejamento e aguçada percepção, a imagem é uma companheira e método de pesquisa, nos momentos em que tomava fotografias de objetos, cenas e nativos ao longo de suas andanças nas ilhas Mailu e Trobriand (SAMAIN, 1995).

Mais que isso, Barbosa e Cunha (2006) questionam qual o lugar da imagem na pesquisa antropológica, diante dos diferentes caminhos, atalhos e utilizações produzidos no campo da Antropologia. Do ponto de vista histórico, a utilização das imagens na e pela Antropologia, a princípio, estava direcionado para o conteúdo como uma alternativa “mais segura” e mais “objetiva”, uma espécie de “prova” precisa, aderência “realista” de registro das observações de campo, mas aos poucos “o recurso da imagem na pesquisa antropológica foi se deslocando da função de registro de dados etnográficos e ganhou outras possibilidades” (BARBOSA e CUNHA, 2006, p. 49). Essas possibilidades anunciadas pelas imagens dizem respeito, segundo a autora, à produção de imagens como método ou técnicas adotados na pesquisa de campo, como expressão do processo de pesquisa antropológica. Acrescento outras possibilidades da utilização das imagens como: instrumento de mediação na interação com interlocutores; ferramenta de registro, partilha e continuidade de memórias entre pesquisadores e grupos/indivíduos estudados; aparato de devolução dos resultados de pesquisa; mecanismo para visibilidade política dos grupos estudados em processos de luta e resistência.

O lugar das imagens na Antropologia, portanto, pode ser múltiplo. Para Barbosa e Cunha (2006, p. 59) é um lugar de *inventividade* no processo de problematização dos modos de ver as novas demandas e desafios do mundo social, que se impõem como uma tarefa importante no trabalho antropológico, pois, permitem a expansão do olhar e a delimitação de novas problemáticas na construção do conhecimento, ampliando as possibilidades de reflexão e análise dos domínios do visível.

As imagens turísticas fixas e em movimento do PNLN e dos “Lençóis Maranhenses” serão pensadas como um domínio do simbólico que realiza uma mediação social entre o espectador e realidade (AUMONT, 2012) para o consumo. No que se refere à imagem, nos diz este autor, sobretudo as fixas (fotografia, desenho, pintura), a narrativa

e sua ordem são determinantes, pois, a imagem narra, antes de tudo, quando ordena acontecimentos representados, situados no tempo e no espaço. As imagens são representações de três pontas: a dos criadores, a dos espectadores e a dos pesquisadores, relacionadas a enunciados ideológicos e simbólicos e a valores culturais, sem os quais as imagens não terão sentido. Para o autor, só há imagem vista, apreciada, consumida, apropriada por um espectador, se antes pensada, produzida, reproduzida, impressa e divulgada por seus criadores em um determinado contexto histórico e institucional (no caso do autor, o campo da arte) que permita a sua criação e sua percepção.

Dessa maneira, as imagens turísticas, também mercadorias, são produzidas e consumidas na lógica do espetáculo (DEBORD, 1997), que se trata de uma relação social entre pessoas mediada por imagens (tese 4), de modo que o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna em imagem (tese 34). Essa lógica permite, em grande parte, não só o comportamento de apreciação de imagens de lugares, paisagens, cenas, pessoas, objetos, mas, sobretudo, a mediação para o consumo, impulsionando as escolhas dos indivíduos por determinados destinos turísticos. O consumo turístico é primeiramente e principalmente visual (JENKINS, 2003 apud SANTOS, 2008), de modo que as representações visuais dos destinos desempenham uma centralidade nas percepções que as pessoas têm dos lugares turísticos (SANTOS, 2008, p. 3)

Muitos dos meus interlocutores de pesquisa, na condição de turistas, narraram que as imagens que pesquisaram por conta própria principalmente na internet ou que recebiam como indicação de algum conhecido ou *influencer* digital, que já tinha experienciado os “Lençóis Maranhenses”, foram fundamentais para a escolha e decisão de viajar a esse destino. Podemos dizer que, a imagem genérica dos “Lençóis Maranhenses”, composta por um cenário vasto e vazio de pessoas, com silhuetas de dunas alvas e lagoas coloridas e cristalinas, céu vívido, iluminados pela luz do sol, cria uma atmosfera única de calma e tranquilidade, estabelece, quase que de imediato, um desejo de estar ali, marca uma memória e reforça a representação do que aprendemos, pela herança judaico-cristã, ser o paraíso. Nesse sentido, os lugares são escolhidos, pela mediação das imagens, porque há uma antecipação de prazeres intensos (URRY, 1996). Certamente, antes de estar lá, muitos se imaginaram caminhando sobre a areia fina dos “Lençóis”, mergulhando nas águas mansas e agradáveis das lagoas, registrando em fotografias e vídeos a sua experiência, em tal e qual pose, para exibi-las como *troféus* (SONTAG, 2004) nas redes sociais ou em conversas com amigos, criando uma distinção social a partir desse capital de experiências turísticas.

Em estudo sobre as imagens turísticas de Cabo Verde, Maria do Carmo Lorena Santos (2008; 2009) analisa os mecanismos presentes na construção dessas imagens que intensificam a ideia de um lugar como destino de viagem turística. Recorrendo aos materiais de promoção turística daquele país, elenca os discursos narrativos e visuais que criam e manipulam simbolicamente determinados significados em prol do convencimento para o consumo de pacotes, roteiros e passeios.

Nesse sentido, as imagens (fixas) que aqui serão destacadas, em sua grande maioria fotografias, seja aquelas produzidas por turistas ou por fotógrafos profissionais/amadores, devem ser encaradas como reservatórios culturais que estão inseridos em ideologias dominantes de uma sociedade, que refletem e moldam discursos particulares e específicos sobre lugares como excepcionalidade, reforçando estereótipos, excluindo ou essencializando populações locais (SANTOS, 2008).

Para entender uma fotografia, segundo John Berger (2017), devemos considerar sua natureza, que tem pouco ou nenhum valor como propriedade, pois não trazem em si o valor da raridade, pelo contrário, seu princípio é infinitamente reproduzível das coisas vistas. Este princípio, o da reprodutividade técnica, tão bem explorado por Benjamin (2014) inaugura novos valores para as imagens (da fotografia e do cinema), substituindo o *valor de culto* à *aura* que se acreditava socialmente estar contida nas imagens artísticas pelo *valor de exposição* que “começa a premir para trás o valor de culto em todas as frentes” (p. 45). O fenômeno da reprodução técnica, em termos históricos, consolidou-se por volta dos 1900, formulado teoricamente por Benjamin (2014), que assim entende:

A técnica de reprodução, assim se pode formular de modo geral, destaca o reproduzido da esfera da tradição. Na medida em que multiplica a reprodução, coloca no lugar de sua ocorrência única sua ocorrência em massa. E, na medida em que permite à reprodução ir ao encontro daquele que a recebe em sua respectiva situação, atualiza o que é reproduzido (BENJAMIN, 2014, p. 23).

Para Berger (2017), uma fotografia não celebra nem o acontecimento em si mesmo nem a faculdade de ver em si mesma. Ela é o resultado da decisão do fotógrafo de que vale a pena registrar um evento ou um objeto específico que foram vistos em uma certa continuidade. A fotografia já é uma mensagem decodificada sobre o acontecimento que ela registra, que quer dizer “eu decidi que a visão disso vale a pena ser registrada” (p. 38). Essa decisão não é tão simples assim, já que o ato de posicionar a câmera para alguma cena ou objeto e dar o “click”, embora pareça mecânico, é imbuída de uma visão e

interpretação de mundo particular e coletiva. Assim, faz todo sentido, a consideração do fotógrafo brasileiro Sebastião Salgado, quando diz que não se fotografa com a máquina, mas com toda a sua cultura.

Um ponto importante que Berger (2017) chama atenção e que nos serve: a questão do(s) conteúdo(s) de uma fotografia. Segundo o autor, o verdadeiro conteúdo de uma fotografia é invisível, é o que não aparece na cena enquadrada pelas lentes da máquina, o que varia, portanto, é a *intensidade* com que tomamos consciência dos polos de ausência e presença, o que ela mostra invoca aquilo que não é mostrado. Nos termos do autor:

Uma fotografia, ao registrar o que foi visto, sempre e por sua própria natureza se refere ao que não é visto. Ela isola, preserva e apresenta um momento tirado de um *continuum*. A fotografia não tem uma linguagem própria. Aprende-se a ler uma imagem fotográfica como se aprende a ler pegadas ou cardiogramas. A linguagem com a qual lida é a linguagem dos acontecimentos. Todas as suas referências são externas a ela. Daí o *continuum* (BERGER, 2017, p. 39).

Dessa forma, Susan Sontag (2004) indica que as fotografias transformam e alargam nossas ideias sobre “o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar” (p. 13). Além disso, a ensaísta norte-americana estabelece uma relação entre fotografia e turismo, quando argumenta que as fotografias convertem a experiência da viagem em imagens, estas, então, documentam sequências de consumo e ajudam a tomar posse de um espaço visitado turisticamente, de modo que a viagem se constitui como um mecanismo de acumular fotos-troféus.

Viajar se torna uma estratégia de acumular fotos. Os turistas, em sua maioria, sentem-se compelidos a pôr a câmera entre si mesmos e tudo de notável que encontram. Isso dá forma à experiência: pare, tire uma foto e vá em frente. (SONTAG, 2004, p. 20).

Diante disso, faço duas considerações. A primeira, de cunho etnográfico, extraída do meu arquivo de fotografias autorais registradas em um dos meus trabalhos de campo no PNLN, precisamente, em 2022, durante o passeio do Circuito Lagoa Azul, em Barreirinhas. Concomitantemente à minha prática turística naquele lugar exercia a observação participante como pesquisadora.

A sequência de imagens abaixo mostra a relação entre o turista e sua câmera, registrando o que para ele “parece ser notável” na imensidão de dunas e lagoas. Observei,

um pouco de longe, o turista de pés descalços e roupa de banho, assim que desci da *toyota*. Segui com os olhos e notei seu comportamento de caminhar, parar, posicionar a sua câmera, e tirar uma foto e depois repetir esse ciclo.

Figura 23: Sequencial de imagens (a, b e c) de turista caminhando nas dunas e fotografando a paisagem (Circuito Lagoa Azul), Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Naquele pequeno percurso de tempo e de espaço, antes de chegarmos à primeira lagoa do passeio, *Descanso*, o turista observava o ambiente através da lente do seu celular, sua cabeça rija, seus olhos fixos na tela não se atreveram a espiar o que continha naquele espaço disputado por outros turistas, que aparecem como miniaturas nas minhas fotos.

A segunda consideração, epistemológica, ainda com relação aos argumentos de Sontag (2004), é quanto aos trabalhos de Lívia Aquino (2012; 2013), que analisa a ligação entre fotografia, turismo e natureza, que serve para pensar e compreender o meu universo empírico de investigação. Considera que a fotografia no campo do turismo se constitui como artefato na construção da memória e do modo de viajar na contemporaneidade. Para o turista, fotografar é tão importante quanto estar em determinados lugares. E expor onde esteve por meio de suas fotografias é uma espécie de “troféu”, como define Sontag, que funciona como continuidade da experiência. Um bom exemplo da continuidade da experiência (turística ou não) exibida por meio de imagens ocorre nas redes sociais, através da #tbt⁵⁷.

Conforme Aquino (2012), é por meio da fotografia que as memórias do deslocamento – no nosso caso, da viagem turística à unidade de conservação da natureza –, podem ser acessadas e principalmente exibidas para que outros tomem conhecimento do destino turístico por meio das imagens produzidas da viagem, antes da decisão de ir ou não ao lugar. Para a autora, a fotografia deve ser entendida como um discurso dentro de uma rede de relações e ações ligadas ao saber e ao poder do campo e *trade* turísticos. Estes pautam de forma determinante as escolhas dos indivíduos na decisão de suas futuras viagens e guardam relação com a maneira de registrar, armazenar e contar histórias por meio da imagem (sobretudo a fotografia), no contexto de uma cultura de massa.

Inspirada em uma frase de uma placa exibida em algum trecho da unidade de conservação do Parque Estadual Turístico Alto da Ribeira (Petar)⁵⁸, São Paulo, onde se lê “Da natureza nada se tira, a não ser fotos. Nada se deixa, a não ser pegadas. Nada se mata, a não ser o tempo. Nada se leva, a não ser recordações”, Aquino (2012) aponta que:

⁵⁷ A #TBT é a abreviação do termo *Throwback Thursday*, que pode ser traduzida livremente como “quinta-feira da recordação”. O termo tem a função de relembrar um momento marcante registrado em fotos antigas. Segundo o site *Know Your Meme*, o referido termo apareceu pela primeira vez no *Urban Dictionary*, em 2006. Mas o significado dele era bem diferente do que “lembrar de algo na quinta-feira”. Ainda no mesmo ano, a ideia de atualizar informações toda a quinta começou com a marca *Nice Kicks*. A empresa de calçados criou uma seção de tênis antigos chamada *Throwback Thursday*, que sempre recebia novidades no 5º dia da semana. A expressão como conhecemos hoje apareceu primeiro no microblog Twitter, em 2012. E em abril do mesmo ano ela foi encurtada para #tbt, e ganhou fama entre twiteros. Disponível em: <<https://maisclicks.com/blog/o-que-significa-tbt-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 16 de dez de 2022.

⁵⁸ Mais informações consultar site oficial em: <<https://petaronline.com.br/>>. Acesso em 16 de dez de 2022.

No contexto do turismo compreende-se que esse discurso de nada levar a não ser fotos exprime um desejo de conhecer e guardar os lugares e com isso, apoderar-se deles tendo as fotografias como troféus. A sua estruturação abrange ações em torno da viagem, do planejamento ao retorno como um circuito, procura-se ver e fotografar aquilo que foi visto nos folhetos das agências, para que na volta tudo seja exibido como uma nova versão do mesmo lugar. Há um poder implícito nesse ato que está ligado à demarcação de uma vitória, como se o turista passasse por inúmeros obstáculos até chegar na imagem que trará para casa e exibirá aos conhecidos (AQUINO, 2012, p. 33).

Destarte, argumenta sobre a capacidade da indústria do turismo em *fabricar* qualquer local, atividade ou história como um lugar de visitação, forjando desejos não somente para o deslocamento a tais lugares como para a sua apropriação por meio de imagens fixas ou em movimento. É dessa forma que o turista pode assegurar “eu fui, eu estive lá”, construído por meio de um roteiro elaborado por conta própria ou até mesmo sugerido e contratado por agências, reforçando, assim, determinados circuitos em torno da viagem. A fotografia, indica a autora, funciona nesse contexto como “organizadora da vida social e se estrutura como um dispositivo de forma coercitiva, no imperativo de que é imprescindível e de que faz parte do passeio” (p. 36). Pensando meu contexto de pesquisa, e estabelecendo o passeio turístico como um ritual, com várias etapas a serem cumpridas, a fotografia é um desses momentos, é também parte da narrativa dos guias para os turistas nos locais de visitação, conforme pude acompanhar nos passeios que realizei no PNLM.

Em Brizuela (2012), a noção de enquadramento é interessante para refletir o quanto e como a natureza é vista pelos turistas, produzir a partir da crença de que se trata de um pedaço do paraíso a ser visitado e registrado em novas imagens.

Imagens fixas ou em movimento e as narrativas que se coadunam no processo de constituição da natureza como produto turístico no contexto do PNLM, constituem, esta é a minha tese, em uma comodificação da natureza permeada pelo encontro entre as estéticas do pitoresco reatualizado e do quem vem sendo denominado de instagramismo e instagramável.

Longe de tratar o termo pitoresco de forma anacrônica, o que busco é apreender características e conteúdos deste conceito que permitam evidenciar de forma mais ampla, e de mediar a interpretação do universo empírico desta pesquisa, percebendo a reverberação e a continuidade de seus traços na contemporaneidade perante o processo de percepção e apreensão da natureza em unidades de conservação propiciadas pelo turismo. O pensamento teórico e categoria estética do pitoresco data de finais do século

XVIII e meados do XIX, marcado por diversas abordagens sobre as maneiras de percepção da natureza como paisagem (questão abordada no tópico 1.2).

Quando procuramos seu significado na língua portuguesa, o termo é definido como “aquilo que é excêntrico, inusitado ou interessante. Algo que chama atenção por sua particularidade e unicidade, além de possuir a capacidade de entreter, distrair ou divertir por causa da sua essência própria e diferente”⁵⁹. O termo pitoresco, entretanto, estava ancorado ao universo da arte, expressado principalmente no campo da pintura, significando “aquilo que é digno de pintar-se”. Richard Payne Knight, Uvedale Price e William Gilpin são grandes representantes de pensadores do pitoresco, que construíam suas teorias ainda no século XVIII. Ao longo do tempo, a categoria se expande para a concepção e análise de jardins privados e parques públicos, mais à frente, como pressuposto para a criação das áreas protegidas e como valor instrumentalizado no processo de apreender as experiências vividas em viagens de formação (*Grand Tour*) ou viagens turísticas.

Busco apoio nos trabalhos de Mesquita (2007), Diener (2008), Costa (2015), Chaimovich (2017), Argod (2018), Souza e Franco (2020) que pensam o pitoresco fora do campo da arte, embora perpassasse em suas escritas a sua constituição nessa esfera e a sua devida importância. O que esses autores tratam (com alguma reserva à Mesquita (2007), já que reflete o pitoresco no contexto urbano) é o que se aproxima às minhas reflexões no presente trabalho: o sentido de continuidade, extensão, sobrevivência e manifestação de uma categoria de pensamento que conforma certa visão e relação com a natureza e suas composições, que levam à sua admiração e contemplação, a partir de determinados princípios e características. O que pode ser pensado na delimitação da natureza à condição de áreas preservadas e/ou áreas de visitação turística. A ideia do pitoresco não cessa, pode ser reinventar e incorporar-se a outros princípios, ocupando novos espaços, impregnando-se em *continuidade* nas mercadorias da natureza.

O estudo de Mesquita (2007), apropriando-se da noção de *sobrevivência* de Georges Didi-Huberman (2013 [2002]), – espécie de “permanência” por meio de um sintoma, de uma coisa deslocada, uma exceção –, reflete o pitoresco através de suas aparições no espaço urbano de valas, brechas e canteiros, a partir do acaso e não como artifício para provar a história. A autora apresenta uma série fotográfica autoral, intitulada *Valas e Brechas*, com seus registros feitos entre 2005 e 2007, na cidade de Buenos Aires,

⁵⁹ Disponível em: <<https://www.significados.com.br/pitoresco/>>. Acesso em 16 de dez de 2022.

Argentina, buscando, através de um esforço teórico e histórico, compreender o fascínio de determinadas condições dos elementos da natureza encontrados na cidade. Estabelece, assim, uma equivalência, na contemporaneidade, dos elementos que emergem nas valas e brechas de calçadas, ruas, avenidas, terrenos baldios, lagoa, praia e paredes – mato, capins, plantas daninhas – com àqueles da natureza almejada, idealizada e incrustada dos/nos jardins ingleses.

O historiador brasileiro Pablo Diener (2008) realiza uma recuperação da categoria estética do pitoresco apreendendo a presença do seu conteúdo nas publicações escritas e imagéticas produzidas por artistas viajantes que visitaram a América no século XIX, como nos clássicos “Voyage Pittoresque dans le Brésil”, de Johann Moritz Rugendas, publicado entre 1827 e 1835, em Paris; “Voyage pittoresque et historique au Brésil”, de Jean Baptiste Debret, publicado também naquela cidade, entre 1834 e 1839, “Voyage pittoresque et archéologique dans la partie la plus interessante du Mexique”, de Carl Nebel, publicado na capital francesa, no ano de 1836, e “Voyage pittoresque et archéologique dans la province de Yucatán”, de autoria de Jean Frédéric Waldeck, publicado em 1838, em Paris. Busca, assim, perceber a sua incorporação ao repositório conceitual dos artistas viajantes e teóricos da arte nos fins do século XVIII, percebendo a sua instabilidade e abrangência diante da transformação de seu conteúdo, que em seu início se referia a uma forma de ver e captar a natureza segundo a perspectiva de artistas clássicos pelo pêndulo que oscilou entre as noções do belo e do sublime e que depois passa a ser empregada com uma perspectiva mais elástica, como uma forma de percepção e registro da realidade em todos os as esferas, inclusive na do turismo. Neste âmbito, o autor defende que o pitoresco funciona como um *roteiro*, uma mediação para assimilar a experiência que serve para domesticar aquilo que é desconhecido e reorganizar o desestruturado no confronto com paisagens estranhas dos lugares visitados turisticamente.

Costa (2015) explora as diferentes definições que foram sendo manifestadas pelos pensadores e teóricos do pitoresco na construção de uma natureza idealizada com belo impacto visual e que depois se alargaram, ao longo e após o século XIX, em outros sentidos, práticas e motivos, modelando, segundo o autor, uma nova forma de concepção e apreensão da natureza pela visualidade. Aponta que novas conotações do pitoresco foram sendo incorporadas à cultura e arsenal artísticos e ao imaginário social, transformando o conceito de pitoresco em um rico universo temático de estudos e

publicações para além daquelas intituladas de “viagens pitorescas”, como as exemplificadas por Diener (2008).

Chaimovich (2017) reflete sobre o conceito de pitoresco e a sua relação com a criação de áreas naturais protegidas dos parques nacionais em fins do século XIX, culminando em um determinado tipo de turismo nessas áreas. Estabelece como universo de análise o caso de criação do Parque Nacional de *Yellowstone*, indicando a correlação de três instâncias: 1. a representação da natureza como paisagem sob o aspecto dos ideais da beleza, grandeza e vazios selvagem; 2. a da prática do turismo de cunho pitoresco e 3. a das imagens produzidas e depois utilizadas no processo de convencimento das autoridades políticas do Congresso norte-americano para a instituição do parque, em 1872. Na leitura do autor, *Yellowstone* é um exemplo fundador e modelador marcado pela ideia do pitoresco transbordado em visualidades, em especial na sua tipografia, inspirada no modelo sino-britânico, predominante durante o século XVIII, nos jardins e parques ingleses.

Argod (2018) crava sua análise na visualidade do cinema ficcional e narrativas dos diários de viagem cinematográficos norte-americanos “Into the Wild” (2017), de Sean Penn e “Wild” (2015), de Jean-Marc Vallée, que retornam para “dentro” da natureza selvagem, pelo turismo alternativo e aventureiro, inspirado no espírito livre e andarilho da geração *beatnick* a la “On the Road”, de Jack Kerouac, originalmente publicado em 1957. O que importa ao autor é desvendar o *legado* do conceito de pitoresco, bem como o de fronteira e a renovação do mito do herói “aventureiro” no cinema contemporâneo. A noção de *legado* e de *renovação* para pensar a ideia do pitoresco oferece uma gramatura antropológica dando mais densidade ao conceito, permitindo vislumbrá-lo em outras circunstâncias. Para o autor, o verdadeiro *legado* do conceito de pitoresco para a nossa contemporaneidade é a tríade composta por uma *nova estética da imagem*, pela concepção da *paisagem-panorama* e pela definição e busca da *natureza magnífica*, tão bem explorada pelo cinema naqueles exemplos anteriormente citados por Argod.

Nesse sentido, alguns dos meus materiais de pesquisa sobre o PNLN, entre eles, imagens em movimento, correspondem ao que podemos entender como um *legado* do pitoresco (?), como coloca Argod. No pequeno filme (musical) “Paraíso”⁶⁰, de Junior Marques (2020), estrelado pelo influenciador digital, humorista e músico piauiense, Whindersson Nunes, e pelo artista musical carioca, Luan Otten, elegeu-se a *paisagem-*

⁶⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=BqGvwzaVL9I>>. Acesso em 16 de dezembro de 2022.

panorama dos “Lençóis Maranhenses” como cenário. Quase não se atenta à letra da canção “romântica”, mas aos elementos da natureza enquadrada e filmada como magnífica e grandiosa.

O filme começa, com o som do vento, em uma cena aérea, ampla e panorâmica, do campo de dunas em curvas sinuosas e suas lagoas sarapintadas pelos tons de verde, que vai se aproximando do chão para mostrar o nome “paraíso” em letras garrafais, escrito na areia. O “paraíso” é, então, apresentado ao expectador, de vários ângulos, tomadas, cores e luminosidades, apenas em seus elementos naturais, antes de surgir os personagens-cantores, andando e se sentando pelas dunas, de tênis e roupas estilosas, claras e leves.

Há um mergulho ou outro nas águas das lagoas em meio à despedida da luz do sol. Se abstraímos do filme seus dois personagens, não resta nada mais que a *natureza intocada*, exceto pelos rastros de pneus dos carros utilizados para chegarem lá e das marcas de pés calçados deixadas na areia, “porque os pés não mentem”, escreveu o poeta italiano E. De Luca (2008 apud LABBUCCI, 2013, p. 13).

Tim Ingold (2015; 2022), nesse sentido, é um autor fundamental para indagar e refletir sobre a percepção do ambiente por meio da perspectiva do movimento e suas linhas históricas e transitórias, espessas e delgadas. A natureza então passa a ser “tocada” em todos os seus elementos, quase até o céu. Pela perspectiva ingoldiana apresento aqui, como uma contraposição, um registro fotográfico autoral do meu arquivo de pesquisa pessoal, que reflete o *avesso* da ideia de natureza “intocada” e da natureza “magnífica” como *legado* do pitoresco, por meio de uma estética não colorida e ainda sem título.

Pensando com este autor, a natureza aqui não é “intocada”, é utilizada quando rastros e linhas marcados momentaneamente na areia dão pistas dos fluxos das relações entre trabalho, modo de vida, natureza e turismo no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Pneus, pés e patas com suas linhas, rastros e desenhos no chão da areia se misturam e se cruzam. Pisa o homem, de chapéu e cajado, aparentemente descalço, sem afundar os pés que não se demoram nos sulcos que se formam no chão. Sua caminhada tem ritmo e fluidez próprios no trabalho de guiar o rebanho de caprinos de volta ao lar. Os desenhos das jornadas dos pés, patas e pneus se cruzam à minha frente. Há um cachorro que vai por último, depois das cabras, bodes e do homem, que marca uma certa separação entre àqueles, e que mesmo acompanhando as pegadas do homem e os rastros do rebanho, estabelece sua própria caminhada. Passada após passada, afastam-se do meu

olhar e se imprimem na paisagem, que parecem iluminados por raios de sol no instante em que disparei minha câmera.

Figura 24: Nativo guiando rebanho de caprinos no PNLM (Santo Amaro)



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Depois de apresentar tal cena, volto-me às considerações de Sousa e Franco (2020), que se utilizam da biografia e produção bibliográfica de Frederick Law Olmsted, considerado o pai da arquitetura de paisagens norte-americana para analisar a atuação e relação deste indivíduo como um agente social importante na constituição dos primeiros parques nacionais norte-americanos, por meio dos seus trabalhos e projetos de arquitetura influenciados pela visão pitoresca. Esta visão, no contexto do autor-arquiteto, justificava a valorização da natureza selvagem e legitimava a ideia de proteção à natureza. Na emergência do espaço urbano norte-americano, na segunda metade do século XIX, as problemáticas estruturais resultantes da sua expansão tentaram ser resolvidas por políticas de embelezamento e higienismo na cidade, e uma das soluções práticas foi a criação de parques urbanos, que eram considerados na época como responsáveis pela purificação do ar das cidades e melhoria de qualidade de vida para seus habitantes. O que se tornou o

mais famoso parque urbano norte-americano, *Central Park*, foi fruto do trabalho de Olmsted em parceria com Calvert Vaux, inaugurado em 1858. Sousa e Franco (2020) indicam que o trabalho de criação do *Central Park* preparou Olmsted para aplicar sua experiência na coordenação de projetos e seu estilo de arquitetura de paisagens na criação do Parque Nacional de *Yosemite*, no contexto dos esforços políticos de proteção da natureza e da constituição da identidade nacional norte-americana, pautada na ideia de *wilderness*.

Não somente a *sobrevivência* da estética do pitoresco, mas intuo que podemos estabelecer as noções de *instagramismo* e *instagramável* como películas estéticas presentes na constituição do olhar sobre a natureza como produto-destino turístico dos “Lençóis Maranhenses”, roteirizando a produção e apresentação de imagens de propaganda turística presentes em revistas, livros, sites, redes sociais etc., bem como nas imagens produzidas pelos próprios turistas que visitam o parque.

Os termos são neologismos inspirados na rede social do *Instagram*. Segundo a perspectiva de Lev Manovich (2017), o *instagramismo* é uma invenção estética que *satura e intensifica* a realidade por meio da criação de imagens *projetadas*, idealizadas e perfeitas do objeto de interesse, entretecida por filtros, cores, granulações e efeitos presentes no próprio aplicativo ou editadas em outros aplicativos ou programas. Através de características fotográficas que retratam ícones, o *instagramismo* não revela tantas informações, por recriarem e reproduzirem, no espaço virtual, estereótipos já presentes no imaginário social, neste caso, de uma natureza intocada.

As muitas imagens por mim selecionadas como material empírico de pesquisa mostram os turistas, em pé ou mesmo sentados, no topo de uma duna, a observar e apreciar, sozinhos, de frente para os objetos de contemplação – dunas, lagoas, céu, sol, vegetação, animais – e de costas para quem o retrata e para nós expectadores. Solitário, em meio a imensidão da paisagem, transmite um sentimento de apossamento romântico e individualizante da natureza⁶¹.

Isso em muito lembra a imagem do jovem viajante de Caspar David Friedrich, que é retratado como uma figura solitária confrontando-reverenciado a natureza em sua grandiosidade, de costas para quem o observa. A pintura de 1818, intitulada “Caminhante sobre o mar de névoa”, de 1818, encarna a essência da estética romântica da natureza

⁶¹ A imagem que aparece ao lado da pintura de Friedrich foi extraída em: <<https://trilhandomontanhas.com/fotos/travessia-dos-lencois-maranhenses-ma/>>. Acesso em 16 de dezembro de 2022.

como paisagem. Após observar cada imagem individualmente, notei que mesmo distantes no tempo, estão próximos no exercício de contemplação da natureza.

Figura 25: Agrupamento de imagens (a e b): observar a natureza entre o passado e o presente



Fonte: Internet, 2022.

Decidi colocá-las lado a lado, o viajante romântico do século XIX e a turista do século XXI, pensando em uma ordem cronológica, agrupando-as em um só quadro, com uma só tonalidade e temperatura. E ao fazer isso percebi a linha do horizonte de cada cena se conectarem formando, entre passado e presente, um único desenho montanhoso, entre serra e duna, dando-me a ilusão de uma continuidade da natureza, sugerindo, a partir da posição e postura de seus corpos, olharem para a mesma coisa ou direção.

A visão que lançam para a “continuidade” (na junção das imagens) da natureza e as relações que estabelecem com ela são e serão distintas. São dois tipos de observadores, com técnicas de percepção diferentes sobre a natureza, impregnadas por visões de mundo diferentes, enquadrados em regimes de visualidade próprios. Ainda, assim, são solitários. A junção das duas imagens nos possibilita pensar também sobre os enquadramentos presentes nos registros imagéticos da pintura e da fotografia, respectivamente.

Salazar (2017), entende o termo *instagramável* como um *entremeio* estético entre uma cultura visual e um estilo de vida, que integra no imaginário coletivo contemporâneo novas configurações de criação, percepção e utilização de visualidades. Para a autora, existe uma amálgama entre fotografia, *design*, arte, consumo e cotidiano reunidos em uma mesma plataforma digital automatizada e programada, que pautam tendências, modas, comportamentos e valores e constituem um mundo quase autônomo da realidade concreta. Podemos indicar, pela perspectiva de Jonathan Crary (2012 [1990]), o *instagramismo* e o *instagramável* como novas modalidades na história da visualidade, que reorganiza a nossa visualização sobre o mundo e produzindo um novo tipo de observador diante de arranjos de forças e valores sociais, a partir dos quais as capacidades desse novo observador se tornam possíveis.

Diante dessas contribuições, *pitoresco*, *instagramismo* e *instagramável* se mostram como conceitos potentes que podem estar reatualizados ou incorporados nas visualidades, narrativas e práticas que fundamentam o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses como mercadoria turística a ser consumido por meio de um fragmento da natureza como “paraíso”.

Pensando com e para além desses dois conceitos, defendo que existe a presença de uma película ideológica que se adere às imagens, narrativas e práticas turísticas, que foi e é construída por diferentes atores e agentes, baseada em certas estéticas. Essa película ideológica conforma, assim, uma determinada visualidade que coopera, naturaliza e legitima a comodificação da natureza na unidade de conservação do PNLN. Sendo mercadoria, quantos alcançam esse “paraíso”? Sendo espaço de vida, quantos lá permanecem e permanecerão?

3 TURISMO E SUAS ROTAS PELA NATUREZA: uma incursão antropológica sobre a fabricação e reatualização do desejo de retorno à natureza através das viagens turísticas

“Morre lentamente quem não viaja” (Marta Medeiros).

Mário Quintana nos faz até acreditar que viajar parece coisa poética, na frase “viajar é mudar a roupa da alma”. A literatura e o cinema, em exaustão, incentivam-nos a acreditar nisso, das viagens de Ulisses, em Odisseia, de Homero à de Chihiro, de Hayao Miyazaki. Viajar pode ter vários significados e tipos, pode acontecer imaginariamente, dentro de si. É verbo que não se segura, entretanto, irei privilegiar aqui uma forma de viajar como fenômeno social tecido na modernidade: viajar turisticamente.

Pensar sobre viagens nos leva quase de imediato às questões da mobilidade, do trânsito, do fluxo e do deslocamento, mas quando inseridas no contexto pandêmico pelo qual passamos, que pressupõe isolamento e imobilidade, tão logo cheguei à encruzilhada da “impossibilidade” do fenômeno de viajar turisticamente em momentos críticos, mas não de investigar pelas lentes antropológicas. Este capítulo trata centralmente sobre o processo de fabricação, consolidação e reatualização do desejo de retorno à natureza, especialmente em unidades de conservação, através das diferentes modalidades de viagens, inclusive a turística. Essa reflexão é importante na compreensão do fenômeno que estamos estudando, o da comodificação da natureza. Dessa forma, o capítulo se inicia partindo do contexto em que o escrevo, de plena pandemia, que remete a inúmeros e profundos impactos sociais, inclusive nos desejos e tendências de viagem, questões estas exploradas no tópico 3.1. Busco em um segundo momento, no tópico 3.2, realizar uma reflexão sobre a emergência do turismo como um objeto de estudo marginal nas Ciências Sociais, especialmente na Antropologia, observando as problemáticas e os debates aí empreendidos no contexto brasileiro. O tópico 3.3 reflete sobre o turismo como um fenômeno moderno da sociedade capitalista, destacando as condições sociais e transformações históricas que modelaram uma nova percepção e uma nova relação com a natureza, através das compreensões tecidas no âmbito da Antropologia. O último tópico, 3.4, discute o processo de consumo da natureza através do turismo marcado pelo princípio do desejo de (reatualizar) o retorno à natureza, na busca por paisagens autênticas e destinos únicos a serem contemplados e apreciados.

3.1 Turismo em tempos de pandemia: impactos, imobilidade e tendências de viagem

Diante de um cenário pandêmico, que demandou isolamento e afastamento físico e social, a partir de março de 2020, e antes do início das ofertas das primeiras vacinas para a população mundial, que ocorreu no final daquele ano, as pessoas tiveram que reinventar, em meio à incerteza da vida e a iminência da morte, as relações interpessoais, as práticas sociais e esferas concretas da vida, seja no âmbito do trabalho, da educação, do prazer, mas também do lazer. O chamado *isolamento social*, como fenômeno da pandemia da Covid-19, reforçou as interações sociais em espaços virtuais, através das redes sociais, instigou em muitos a necessidade de irromper o espaço privado da casa, estabelecendo novas percepções sobre o sair e estar no espaço público como, por exemplo, transpor essa condição através de novas interações por meio de redes sociais, ou por meio das viagens, ressignificando velhas e inaugurando novas categorias de viagens, como *turismo ecológico*, *turismo sustentável*, *turismo de isolamento*, *bleasure travel*, *slow travel*, *staycation*, e até mesmo o *travel shaming*.

Durante a pandemia, o medo da contaminação do vírus pressionou o setor turismo a se reinventar, bem como fez com que as pessoas dessem vazões para outras formas de viajar, inaugurando novos estilos e tendências de viagem, como o assim chamado *turismo de isolamento*, que busca um contato mais individualizado com a natureza, em lugares isolados da natureza, diferente e fora dos roteiros para lugares consumidos pelo turismo de massa. O chamado *slow travel* faz parte de um estilo de vida em que as viagens turísticas, desde o seu planejamento ocorram de forma “lenta” (*slow*), sem *stress*, liberando as tensões do isolamento da pandemia e aproveitando com calma os lugares em meio à natureza, principalmente. É um tipo de turismo que remodela a concepção de tempo, portanto. Já o turismo *staycation* (*stay* = ficar / *vocation* = férias) é a nomenclatura para designar a possibilidade de sair do isolamento do espaço da casa e realizar viagens turísticas nas suas imediações, isto é, na própria cidade ou cidades próximas. É uma modalidade, portanto, que altera a percepção espacial da distância/proximidade das viagens, naturalizando a prática das viagens turísticas em destinos de curta distância e alterando a percepção de que as viagens turísticas só são “viagens turísticas” se ocorrerem em lugares distantes e em diferentes culturas. Alega-se que, a partir dessa modalidade de viagem, o turismo doméstico conseguiu ter uma sobrevida diante da crise ocasionada pela pandemia. O termo *travel shaming* (*travel* = viagem e *shaming* = envergonhar, constranger) não é bem uma modalidade de viagem, mas uma crítica social contundente

às viagens que foram e estão sendo realizadas durante a pandemia, que busca expor, constranger e criticar publicamente (via redes sociais) aqueles que estão viajando diante das medidas de restrição de mobilidade recomendadas por órgãos internacionais e nacionais de saúde para conter o avanço do novo coronavírus. Neste caso, percebe-se não somente o questionamento da necessidade de se viajar durante uma pandemia, mas da ética e responsabilidade social, em que as ações individuais daqueles que viajaram/viajam em plena pandemia geram repercussões negativas e seríssimas à saúde coletiva e nas despesas públicas. Quando, por exemplo, um jovem decide viajar porque não apresenta nenhum sintoma do coronavírus, mas que durante a viagem adquire o vírus e em seu retorno contamina as pessoas (além) do seu círculo familiar, vem a ocupar uma vaga de leito hospitalar, pública ou até mesmo privada, de, imaginemos a avó desse jovem viajante, por exemplo, que obedeceu a todas as normas e recomendações, resguardando-se em casa, mas contraiu o vírus de próprio neto, que rompeu o isolamento sem necessidade aparente⁶². Neste caso, a frase de Martha Medeiros, “morre lentamente quem não viaja”, parece se aplicar literalmente, e em muitos casos, de forma súbita.

Cruz (2020)⁶³ considera que os drásticos efeitos da pandemia sobre o turismo devem ser analisados levando em consideração os fluxos internacionais de turistas que àquele momento já apresentavam quedas significativas, além de serem problematizados frente às diferentes escalas – internacionais, regional e local –, dados os seus impactos e repercussões diferenciais conforme o grau de dependência econômica que conformam o setor do turismo.

O turismo em todo o mundo, inegavelmente, foi enormemente impactado pela pandemia da Covid-19. Segundo dados do *World Travel & Tourism Council* (WTTC) – referente à última pesquisa anual relativa ao ano de 2020, publicada em 2021 –, o setor de Viagens e Turismo sofreu imensas perdas (US\$ 4,7 trilhões), declinando em sua contribuição ao PIB global para 5,5%, atuando com restrições à mobilidade, com diminuição respectiva de 45% e 69,4% dos gastos dos visitantes domésticos e dos

⁶² Outras informações sobre isso, ver <<https://glamour.globo.com/lifestyle/colunistas/renata-telles/noticia/2021/10/turismo-pos-pandemia-5-tendencias-que-se-popularizaram-e-vieram-praficar.ghtml>> e <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/04/16/O-fen%C3%B4meno-do-travel-shaming.-E-o-turismo-na-pandemia>>. Acesso em 10 de jan. 2022.

⁶³ Rita de Cássia Ariza da Cruz é professora do Departamento de Geografia da FFLCH/USP e coordenadora do Laboratório de Estudos Regionais, coordena e desenvolve atualmente a pesquisa “Turismo em tempos de pandemia: uma análise multi e trans escalar envolvendo Brasil, Portugal, França, Argentina e Moçambique”. Maiores informações, consultar <<https://sites.google.com/view/turismo-em-tempos-de-pandemia/p%C3%A1gina-inicial>>. Acesso em 10 de jan. 2022.

visitantes internacionais, além de ver crescer um contingente de milhões de desempregados (62 milhões de empregos foram perdidos)⁶⁴.

Em um cenário de reabertura das fronteiras e retomada da economia novas perspectivas se anunciam. Os dados do Barômetro Mundial de 2022⁶⁵, desenvolvido pela Organização Mundial do Turismo (OMT) destacou em seu Relatório que em 2021 houve uma alta de 4% no desempenho global do setor de Turismo, no entanto, os níveis de visitas domésticas e internacionais ainda estariam entre 50% e 63% abaixo do período pré-pandemia, mas que nos países que têm “grandes mercados domésticos”, a atividade turística interna constitui em possibilidade efetiva na recuperação do setor de viagens. As conclusões dos especialistas da OMT apontam algumas tendências para o pós-pandemia, como: o “turismo doméstico”, “viagem próximo de casa”, “atividades ao ar livre”, “produtos baseados na natureza” e “turismo rural”, entre as principais que devem moldar o setor em 2022, projetando um cenário em recuperação. Os altos níveis de desemprego, perda de poder aquisitivo das classes médias, alta do dólar e medo de viajar longas distâncias podem ser lidos como fatores que contribuirão para os deslocamentos de curta distância, favorecendo o turismo regional e doméstico (SANTANA, 2020, online).

O Brasil também enfrentou seus dilemas, mas vem apresentando sinais de alta no setor, de acordo com o levantamento da Pesquisa Anual e Mensal de Serviços, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para Cruz (apud SANTANA, 2020, online), no caso do Brasil, “fatores como a sociedade, o empresariado do setor e um certo discurso político que “mostra certa normalidade no país” levam à pressão para a retomada acelerada” da circulação aérea, mas também pela liberação para frequentar certos destinos turísticos, possibilitados pela abertura das fronteiras dos diferentes países.

Em dezembro de 2021, o turismo nacional apresentou uma alta de 22,6% a mais no faturamento na comparação ao mesmo mês do no ano anterior, representando um montante de R\$ 16,7 bilhões. No levantamento do Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), o turismo no Brasil obteve crescimento de 12% em 2021, em comparação com 2020,

⁶⁴ *World Travel & Tourism Council* – WTTC (Conselho Mundial de Viagens e Turismo) é um fórum internacional que representa o setor privado através dos líderes das principais empresas da indústria global de viagens e turismo. Para mais informações ver em <<https://wttc.org/Research/Economic-Impact>>. Acesso em 20 mar de 2022.

⁶⁵ Disponível em <<https://news.un.org/pt/story/2022/01/1776962>>. Acesso em 20 mar de 2022.

representando um faturamento de R\$ 152,4 bilhões, bem abaixo dos números de 2019, que alcançou R\$ 201,2 bilhões⁶⁶.

No caso do Maranhão, a Secretaria de Estado do Turismo (SETUR-MA), em seu primeiro Boletim do Turismo de 2022⁶⁷, divulgou resultados de pesquisas realizadas pelo Observatório do Turismo no Maranhão sobre os principais polos turísticos do Estado, levando em consideração o período de dezembro de 2021 a fevereiro de 2022, que coincide com as festas de final de ano, férias escolares e período carnavalesco. Embora ainda com certas restrições devido à Covid-19, as pesquisas registraram uma taxa de mais de 80% de ocupação hoteleira no Réveillon, com destaque para o Polo Delta das Américas e para o Polo São Luís, capital do estado. No mesmo período, os Polos Lençóis Maranhenses e Chapada das Mesas registraram 81% de taxa de ocupação, e no período carnavalesco, ambos, obtiveram registro de 89,31% e 78,9%, respectivamente.

Segundo dados emitidos em janeiro de 2022 pela Prefeitura de Barreirinhas⁶⁸, município “porta de entrada” para o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, foram 107.041 visitantes em 2021, considerando os dois principais circuitos de passeios turísticos: Lagoas e Atins. Em fevereiro de 2022, as visitas ao Parque chegaram ao número de 10.891, com 3.367 visitas a mais em relação ao mesmo mês do ano anterior⁶⁹. Os visitantes em sua grande maioria são de São Paulo, Pará, Rio de Janeiro, Minas Gerais e sobretudo, do Maranhão. Para a gestão municipal, Barreirinhas, dessa forma, consolida-se como destino mais escolhido quando se trata dos “Lençóis Maranhenses”, contribuindo para seu fortalecimento no turismo nacional. Além das taxas em ascensão, é interessante notar o perfil da maioria dos visitantes ao Parque, que oriundos de vários estados brasileiros e principalmente do Maranhão, reforçam o movimento global do turismo interno ou doméstico em tempos de pandemia, chamado de *staycation*, como vimos anteriormente.

De acordo com os dados do Boletim Mensal Dados e Cenários Futuros (julho de 2021), da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), os Lençóis Maranhenses estão entre os destinos preferidos pelos brasileiros. Desejo convertido em um crescimento expressivo nas vendas de pacotes turísticos e viagens em julho de 2021,

⁶⁶ Disponível em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-02/turismo-nacional-cresceu-12-em-2021>>. Acesso em 20 mar de 2022.

⁶⁷ Disponível em <<https://www.ma.gov.br/noticias/setur-realiza-boletim-de-pesquisa-de-2022-sobre-o-turismo-no-maranhao>>. Acesso em 20 mar de 2022.

⁶⁸ Disponível em <<https://www.barreirinhas.ma.gov.br/informa.php?id=107>>. Acesso em 20 mar de 2022.

⁶⁹ Disponível em <<https://barreirinhas.ma.gov.br/informa.php?id=237>>. Acesso em 20 mar de 2022.

colocando-o ao lado de preferências de destinos turísticos badalados como Ilhas Maldivas, na Ásia e Tulum, no México⁷⁰.

Diante desses dados, vislumbra-se, consideravelmente, a potência do turismo – mesmo em momentos de crise –, enquanto fenômeno econômico e setor imprescindível para as economias globais, nacionais e locais, não só porque faz parte das necessidades criadas pelo mundo moderno, passando a ser, a partir do século XIX, a forma mais procurada de lazer na atualidade, conformando-se no maior fenômeno de deslocamento voluntário da humanidade (BANDUCCI JUNIOR e BARRETO, 2001, p.8). Mas, também por sua importância enquanto temática e objeto de estudo para as várias ciências sociais, aspecto que será o enfoque no tópico a seguir.

3.2 Objeto marginal: um breve balanço sobre a produção de estudos antropológicos sobre o turismo

Por longo tempo, a Antropologia tecia uma avaliação negativa ao considerar “o turismo como uma ocupação frívola, olhando os turistas sempre como intrusos” (ARAÚJO, 2001, p. 50), baseando-se em “uma oposição radical entre a experiência do antropólogo e a do turista” (BASTOS, 2020, p. 13), que, conforme Araújo (2001) “decorria da ideia de que o turista era aquele que não viajava a sério, ao passo que o antropólogo estaria, por contraste, associado a um tipo genuíno de viajante” (p. 50). Nesse sentido, podemos rememorar, a título de exemplo, sobre tal oposição, a frase de Lévi-Strauss (1999), em *Tristes Trópicos*, “odeio as viagens e os viajantes, e eis que me deparo para contar minhas expedições” (LÉVI-STRAUSS, 1996, p. 15).

A dicotomia das visões sobre a *natureza do turismo* e sua *reviravolta semiológica* (aprofundada no tópico seguinte) são questões importantes como parte do debate inicial sobre o fenômeno do turismo nas ciências sociais, em especial na Antropologia, mas ainda nos diz pouco sobre a sua complexidade, revelando-se uma tarefa difícil para os cientistas sociais no processo de conferir um sentido e uma fundamentação teórica (URRY, 1996; BANDUCCI JUNIOR, 2001).

⁷⁰ Disponível em <<https://turismo.ma.gov.br/noticias/lencois-maranhenses-maldivas-e-tulum-na-lista-de-destinos-preferidos>>. Acesso em 20 mar de 2022.

Barreto (2003) ao refletir sobre a produção das pesquisas socioantropológicas para a compreensão do turismo faz uma ampla recuperação histórica, apresentando um balanço dos diferentes enfoques e esforços epistemológicos que foram desenvolvidos nos Estados Unidos, na Inglaterra, mas também no Brasil.

O antropólogo norte-americano Dennison Nash foi um dos pioneiros no estudo da antropologia do turismo. Em seu artigo, junto com outros autores (NASH et al, 1981 BANDUCCI JUNIOR, 2001), caracteriza o turismo como assunto antropológico, e sugere não somente uma avaliação dos estudos antropológicos do turismo que vinham sendo produzidos, sobretudo na década de 1970 nos Estados Unidos, como lança a proposta de criação de uma orientação para futuras investigações sobre o tema.

A obra *Anthropology of Tourism* (1996 apud BANDUCCI JUNIOR, 2001), de Dennison Nash, caracteriza-se como um estudo sobre a produção antropológica na área do turismo, indicando os primeiros trabalhos realizados, seus interesses de pesquisa e as abordagens utilizadas, chamando atenção que em outras áreas de conhecimento esse processo já vinha sendo empreendido, “como na geografia, que cedo realizaram incursões ao tema, tanto que a expressão “geografia do turismo” foi empregada pela primeira vez em 1905, por J. Stradner (BANDUCCI JUNIOR, 2001).

Segundo os levantamentos de Nash (1996 apud BANDUCCI JUNIOR, 2001; BARRETO, 2003), foi somente na década de 1960 que se iniciaram os primeiros estudos sobre o turismo em Antropologia, que emergiu como um tema sem importância ou inapropriado ao debate antropológico⁷¹. Segundo o autor, o artigo pioneiro foi o trabalho de Theron Nuñez, de 1963, em que tratava sobre as formas de contato urbano-rural e os impactos do turismo “de fim de semana” que os norte-americanos realizavam em, Cajititlan, Jalisco, que o autor descreve como “uma típica vila camponesa mexicana, cujos 1.800 habitantes vivem às margens de um pequeno e pitoresco lago a 32 quilômetros de Guadalajara, que gozam de um alto grau de isolamento e autonomia política” (NUÑEZ, 1963, p. 347, tradução nossa). Aqui no Brasil, nomeamos essa modalidade identificada por Nuñez, como turismo de “bate-volta”. Inclusive, essa foi uma das modalidades adotadas no período da pandemia para continuar viajando turisticamente, como vimos no começo deste capítulo. Indiquei na introdução deste trabalho, que acompanhei uma excursão de turistas que optaram e realizaram o turismo de final de semana, o “bate-volta”

⁷¹ Sobre as razões da postura de descaso da Antropologia em relação ao tema do turismo, Banducci Junior (2001) faz uma excelente recuperação histórica dessa problemática.

para conhecer, apreciar e “curtir” os Lençóis Maranhenses, como etapa de trabalho de campo.

No caso do Brasil, autores como Banducci Junior (2001), Barreto (2003; 2009), Graburn (2009), realizaram um esforço parecido ao de Dennison Nash em pensar, mapear, refletir e analisar como a questão do turismo foi evocada e vem sendo estudada no campo das ciências sociais, em especial na Antropologia, desde a década de 1990, “quando apareceram os primeiros ensaios e dissertações preocupados em compreender o fenômeno turístico e suas manifestações no Brasil” (BANDUCCI JUNIOR, 2001, p. 32).

Banducci Junior (2001) sistematiza histórica e teoricamente os estudos antropológicos brasileiros sobre o turismo, a partir do esquema de Jafari (1990 apud BANDUCCI JUNIOR, 2001) que identificou quatro formas de ordenar o debate sobre o turismo após a Segunda Guerra Mundial, orientando-se pela questão dos efeitos positivos e os prejuízos para as comunidades receptoras e para o meio ambiente dos locais visitados. Seriam elas:

1. *plataforma da defesa*, que percebe o turismo a partir de um caráter positivo, em que se enquadram os trabalhos de planejadores, especialistas, economistas e demais agentes envolvidos com o turismo;
2. *plataforma de advertência*, que estabelece uma postura crítica com relação aos graves problemas advindos da atividade turística, de modo que os trabalhos de pesquisadores das ciências sociais aí se enquadram;
3. *plataforma de adaptação*, que questiona sobre os tipos de turismo e os graus de efeitos sobre as comunidades, por perceber uma variação das formas de empreendimento turístico, como o turismo alternativo.
4. A última, *plataforma de conhecimento* é aquela que busca ultrapassar a visão maniqueísta entre o lado positivo e o lado negativo do turismo, e desenvolver análises mais amplas, preocupadas em descortinar a natureza e o significado do turismo no contexto da sociedade ocidental moderna e das comunidades locais⁷².

⁷² Banducci Junior (2001) apresenta um levantamento sobre os estudos antropológicos sobre o turismo, levando em consideração o caso brasileiro, sobretudo aqueles realizados na década de 1990, quando a temática começa a despertar o interesse dos antropólogos brasileiros, e começam a surgir sistematicamente os primeiros ensaios, artigos e dissertações sobre o fenômeno turístico e suas manifestações e repercussões no Brasil.

Barreto (2003), em seu levantamento sobre os estudos do turismo no Brasil, recupera trabalhos importantes produzidos ainda na década de 1980⁷³, e faz um balanço sobre os principais eixos de investigação até aquele momento, mas também de temas que, ao seu ver, não tiveram tanta ênfase. Segundo a autora, os estudos:

[...] tem focalizado, principalmente, os impactos na cultura, os processos de aculturação e a questão da autenticidade. Menos atenção têm recebido temas como: alteridade, constituição da diferença, relações de gênero, relações interétnicas no trabalho, modos de produção e representações sociais, por exemplo. Desde que no turismo estão sempre sendo colocados estranhos frente a frente, há o emprego de muita mão-de-obra feminina e de minorias étnicas excluídas e é uma atividade emblemática do capitalismo, os temas anteriormente elencados encontram, no turismo, um rico campo de pesquisa para esses grandes temas das ciências sociais. (BARRETO, 2003, p. 20)

Além desses autores, outros têm se dedicado, não somente, a recuperar historicamente a constituição do interesse pela temática do turismo nas ciências sociais brasileiras, mas, refletir teórica e metodologicamente relações e problemáticas que perpassam ao fenômeno e as contribuições e perspectivas desenvolvidas pela antropologia, especialmente Melo (2004), no artigo *Turismo e Antropologia: uma aproximação possível*, Ramiro et al (2019), com a coletânea *Antropologia e turismo: coletânea franco-brasileira*, Graburn et al (2009), na coletânea *Turismo e antropologia: novas abordagens*, Pinto (2010) no artigo *Um silêncio ensurdecido: o turismo como um objeto ausente na Antropologia brasileira* e mais recentemente em *Luzes e Sombras: notas para um balanço crítico da antropologia do turismo*, publicado em 2021. Incluo esta tese como parte desse movimento de pensar o fenômeno do turismo pelas lentes da antropologia.

⁷³ Barreto (2003), em seu levantamento sobre os estudos do turismo no Brasil, recupera trabalhos importantes produzidos por antropólogas ainda na década de 1980, como é o caso de Mara Lago, que estudou a transformação da praia de Canasvieiras (Florianópolis, SC) em balneário internacional (LAGO, 1983) e Carmen Rial, que pesquisou a transformação da Lagoa da Conceição em uma das principais atrações turísticas de Florianópolis, SC (RIAL, 1988).

3.3 O turismo como um fenômeno moderno e sua compreensão no âmbito da Antropologia

O turismo não é um fenômeno social fácil de ser apreendido, seja em suas múltiplas manifestações, muito menos em sua totalidade, dada às dificuldades ligadas à sua natureza poliforme (COUSIN e APCHAIN, 2019) e por sua condição profundamente multidimensional (SERRANO, 1997), como vimos no tópico anterior, mas também enquanto temática e objeto de estudo para diferentes disciplinas das ciências sociais.

Perante a essas dificuldades, Urry (2001) instiga que é preciso, antes, compreender historicamente as condições que foram responsáveis pelo desenvolvimento da massificação do turismo e as transformações que conformaram um olhar socialmente organizado e sistematizado sobre como e o porquê as pessoas deixam seus locais de trabalho e moradia, durante breves períodos, em busca da experiência prazerosa de conhecer um conjunto de diferentes cenários, paisagens, lugares, cidades que se situam fora dos roteiros considerados cotidianos.

Para o autor, a reflexão central estaria no entendimento da construção “da variação histórica e sociológica” (p. 17) do *olhar turístico* pelos diferentes grupos sociais, em distintos tempos, nas diversas sociedades, sobre as práticas do descolamento voluntário por meio de viagens. Segundo o autor, o crescimento de um turismo de massa representa uma democratização da experiência da viagem que sempre foi socialmente seletiva, a exemplo do *Grand Tour* “firmemente estruturado no final do século XVII e atendia os filhos da aristocracia e da pequena fidalguia e, no final do século XVIII, os filhos da classe média profissional” (p. 19). A partir da segunda metade do século XIX, as viagens agora motivadas por descanso e lazer do/para o tempo do não-trabalho, e não mais por trabalho e negócios, “deixam de ser privilégio das elites para se tornarem, em alguns países da Europa e na América do Norte, atividades comuns a um número crescente de trabalhadores” (BANDUCCI JUNIOR, 2001, p. 23).

Retomando Urry (2001), podemos, então, indagar: de onde nasce, portanto, esse olhar que lança nova mirada sobre tal experiência? Para o autor:

O desenvolvimento do primeiro exemplo de turismo de massa, ocorrido entre a classe trabalhadora na indústria da Grã-Bretanha, foi uma forma singular de atividade social. O olhar do turismo de massa iniciou-se nas ruelas das pequenas e grandes cidades industriais do norte da Inglaterra. [e continua a sua formulação lançando algumas questões]. Por que essa classe trabalhadora veio

a pensar em viajar, durante breves períodos, para outros lugares bem diversos era uma forma apropriada de atividade social? Por que o olhar de turista desenvolveu-se entre a classe trabalhadora na indústria norte da Inglaterra? Que revolução na experiência, no pensamento e na percepção conduziu a tais modos insólitos de prática social? (URRY, 2001, p. 33).

Além do desenvolvimento de um *novo olhar* sobre a prática social das viagens de lazer e sua “democratização”, Urry (2001) aponta o processo de urbanização, a regularização do trabalho assalariado, a conquista gradativa de tempo livre, a noção consolidada no pós-II Guerra de férias, como um direito à cidadania, ao prazer e à renovação pessoal, bem como o avanço dos meios de transportes (trem, navio, avião, automóvel) e o desenvolvimento de uma considerável infraestrutura turística (sob a forma de balneários espalhados pela Europa), como algumas das condições mais gerais para a transformação do turismo em fenômeno de massa.

Quando a partir de 1960, o turismo se tornou tema a ser analisado pelo olhar das ciências sociais, os seus teóricos concordam, que se trata de um fenômeno extremamente complexo, mutável, que opera de múltiplas formas e nas mais diversas circunstâncias, necessitando de uma compreensão também multifacetada (BANDUCCI JUNIOR, 2001, p. 23).

Além disso, estamos diante de um tema que sofre(u) certo preconceito em relação à sua introdução e (frágil) consolidação dentro da sociologia e principalmente na antropologia (brasileiras), ficando à margem dos “grandes temas”, ou por considerá-lo um “tema menor”, “já que os turistas não viajariam a sério e seriam invasores, enquanto os antropólogos representariam o tipo autêntico e verdadeiro de viajante” (MELO, 2004, p. 6).

Dessa forma, estudiosos têm chamado atenção de que não há uma antropologia do turismo, apenas inúmeros trabalhos antropológicos sobre o turismo, que vem ganhando volume a partir das últimas décadas, embora se possa acreditar que tais estudos possam fundamentar a emergência de um subcampo dentro da disciplina (RAMIRO, 2019; COUSIN e APCHAIN, 2019).

Mais do que mapear a historicidade das pesquisas antropológicas sobre o turismo, meu interesse aqui é localizar, em linhas gerais, algumas questões presentes nos debates e diálogos estabelecidos entre antropologia e turismo, refletindo em que medida a relação entre esses campos ajuda a compreender minha investigação.

Banducci Junior (2001) indica que o debate sobre o turismo, nas ciências sociais, como um fenômeno social da modernidade emergiu perante o que chama de controvérsia sobre a *natureza do turismo*, entendido ora como pseudo-acontecimento de uma experiência alienante, ora como evento autêntico, que fomenta questões e discussões ainda na atualidade.

De forma breve, o autor retoma as perspectivas de Daniel Boorstin (1964) e Dean MacCannell (1999) para apresentar essas duas visões. O primeiro autor considera o turismo como uma forma de experiência padronizada, oferecida por meio de pacotes de viagens que acautela o contato “real” com os outros, conformando-se em um modo comercial, trivial e inautêntico de ser.

Tomando a sociedade norte-americana do século XX, e com base nas mudanças comportamentais de consumo e de percepção social sobre a “realidade”, muito influenciada pelo peso da mídia e suas ações de publicidade, o historiador norte-americano Daniel Joseph Boorstin (1914-2004), na obra *The image: a guide to pseudo-events in America*, publicada em 1962, formula umas das primeiras contribuições sobre o entendimento do turismo, segundo Urry (2001). A formulação de Boorstin (1962), argumenta Urry (1996), possibilita estabelecer o turismo como um exemplo fundamental de *pseudo-evento*, já que:

Isolado de um ambiente acolhedor e das pessoas locais, o turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, e não levam em consideração o mundo “real” em torno deles. Em consequência, os promotores do turismo e as populações nativas são induzidos a produzir exibições cada vez mais extravagantes para o observador de boa-fé que, por sua vez, se afasta cada vez mais da população local. Ao longo do tempo, através dos anúncios e da mídia, as imagens geradas pelos diferentes olhares do turista passam a constituir um sistema de ilusões, fechado, que se autoperpetua e proporciona a esse turista uma base para que ele selecione e avalie os lugares potenciais que visitará. Tais visitas são feitas, afirma Boorstin, sob a proteção da “bolha ambiental” do hotel familiar, de estilo americano, que isola o turista da estranheza do ambiente que o cerca e o hospeda (URRY, 2001, p. 23, g.n.).

A “realidade” dos lugares visitados, por um lado, menos relevante para os turistas, seria vivida por estes como uma ilusão, importando apenas a sensação da experiência turística construída pela e através da publicidade. Por outro lado, as populações nativas dos locais visitados forjariam uma “outra realidade” para atender os interesses dos turistas. Penso, nesse sentido, que estamos diante de uma construção dupla e

interdependente sobre “a realidade” dos destinos turísticos, feita por diferentes modalidades de turistas e uma diversidade de nativos. Mas também de uma “realidade dupla” criada para o/pelo turista (que chega aos lugares turísticos com imagens já definidas de uma “certa realidade” e as reatualiza, reorganiza, reclassifica em sua experiência de viagem) e pelos nativos (que inventam uma “nova realidade”, e apresentam-na ao nível da fachada, através das inúmeras formas de atendimento ao turista). Nesse sentido, conforme a perspectiva de Boorstin (1962), a alienação e superficialidade características da sociedade de massa se espalhariam para as demais experiências vividas, como a experiência turística.

Nesse sentido, Urry (1996) rememora as contribuições da obra *The Golden Hordes*, de Turner e Ash, publicado em 1975, para indicar a tese de “como um turista está inserido no centro de um mundo estritamente circunscrito” (apud URRY, 1996, p. 23), em que todos os agentes envolvidos com o turismo suavizam o turista das responsabilidades da viagem e o protegem da realidade vivida pelos indivíduos e grupos dos lugares visitados. Nesse caso, o contato superficial com as culturas intensifica a visão estereotipada dos visitantes, e não possibilita experienciar o diverso, como alerta Banducci Junior (2001, p. 22).

A segunda perspectiva defende que o turismo se forja na busca pela *autenticidade* a ser encontrada em outras culturas, haja vista a configuração da sociedade estruturada na condição fragmentadora pela divisão do trabalho. Compartilham dessa última visão, outros autores como Mckean (1995) e Urry (1996), citados por Banducci Junior (2001). Ao apresentar essa perspectiva, este último autor, assim coloca:

Na esteira desse debate, Mckean (1995, p. 133) entende que o turismo “pode ser visto não como sendo inteiramente uma busca de prazer banal ou escapismo [tal como colocado por MacCannell], mas como um profundo, amplamente compartilhado desejo humano de conhecer ‘outros’, com a possibilidade recíproca de nós podermos vir a conhecer a nós mesmos” (apud BANDUCCI JUNIOR, 2001, p. 22).

A discussão em torno da transformação da viagem em turismo e, por conseguinte, a diferença da constituição entre viajante e turista é caracterizada como uma *reviravolta semiológica* (BOORSTIN, 1962 apud ARAÚJO, 2001). A mudança de termos que presume uma alteração nos modos de ver, agir e pensar foi sendo forjada pelas modificações sociais do mundo moderno, inaugurando novas posturas de deslocamentos

em busca de lazer e de prazer. Podemos dizer também, que estamos diante de novas percepções e avaliações sobre as experiências dos viajantes-turistas, mas também dos antropólogos.

Bastos (2020), ao lançar um olhar antropológico sobre a relação entre turismo/turistas e Antropologia/antropólogos, a partir das experiências de *autenticidade* e deslocamento, aponta em Bruner (1986) que os “antropólogos tiveram uma tendência em depreciar objetos e performances “turísticas”” (BRUNER, 1986, p. 28 apud BASTOS, 2020, p.13). A autora, baseada em Galani-Moutafi (2000 apud BASTOS 2020) aponta outra perspectiva, que estabelece uma aproximação e coloca em uma mesma horizontalidade viajantes e antropólogos em suas buscas sobre o exótico e sobre o Outro.

Como o viajante, o etnógrafo buscou o (exótico) outro porque isso prometia uma oportunidade de aventura, bem como desafios (físicos e intelectuais) inerentes à diferença – qualidades que, de acordo com Galani-Moutafi, ele não pôde encontrar no mundo moderno. Dessa forma, ambos, antropologia e turismo, produzem representações do outro que embasam um contexto para a mediação da experiência da modernidade (BASTOS, 2020, p. 13).

Mais uma vez, os autores Daniel Boorstin (1964) e Dean MacCannell (1999) são retomados, desta vez por Araújo (2001), para refletir o turismo em termos de *artifício* e *autenticidade*, buscando compreender os significados associados às figuras do viajante e do turista, além de pensar a relação entre viagens e experiência antropológica, empreendida, segundo a sua perspectiva, não somente pela figura do antropólogo, mas também pelos turistas.

Conforme Araújo (2001), Daniel Boorstin (1964) compõe a imagem paradigmática do viajante, em que os elementos que compõem essa ideia estariam na concretude histórica das expedições de descoberta de novos continentes, no século XVI, que estavam associadas à renovação renascentista da Europa e nas viagens do século XVIII e sua articulação com a ampliação do conhecimento científico e de formação particularizada, com empreendimento individualizado.

Mary Louise Pratt (1999) demonstra que entre a metade do século XVII e durante todo o século XIX houve o poder de atuação e domínio do que chamou “olhos do império”, isto é, a visão de mundo do branco dos países coloniais sobre os novos lugares “descobertos”. A autora estabelece que “os olhos do império” se estendiam no olhar dos viajantes europeus desse momento histórico que registravam, no que passou a se

denominar de literatura de viagens, seus desbravamentos sobre a natureza e sobre culturas, principalmente na América e em África. Narrativas, relatos, desenhos, litogravuras etc. presentes nos escritos da literatura de viagens, produzidos por certo tipo de viajantes, por sua vez, realimentavam os “olhos do império”, mas também do imaginário popular europeu sobre os lugares outrora desconhecidos e desconsiderados.

A partir do século XIX outra imagem começa a se engendrar: a do turista moderno, como um buscador de prazer (*pleasure seeker*). Essa imagem é consolidada no século XX, não somente pelas melhorias da oportunidade de viajar cada vez mais para lugares distantes, mas pela modificação das experiências de “ir lá” e de “estar lá”, que estariam baseadas em uma diluição e artificialidade dos lugares visitados turisticamente. É essa modificação de experiência, para Daniel Boorstin (1964 apud Araújo, 2001), que caracterizaria o turista (americano) moderno e o diferenciaria do antigo viajante. Em Araújo (2001), temos:

É nesses termos que ganha forma em sua narrativa a figura do “turista americano moderno”, que nada mais estaria fazendo do que saciar sua experiência com pseudo-eventos, já que se deixa motivar e guiar sobretudo por “fantasias e expectativas extravagantes” para além do que poderia ser oferecido “naturalmente”. É justamente essa “artificialidade” da “experiência turística americana moderna” que é contraposta ao paradigma da “viagem”, que – apesar de muito desconfortável, difícil e muito cara – oferecia prazeres sofisticados associados à convivência com eruditos e à apreciação de pinturas, esculturas e das ruínas das antigas civilizações. Esse era o padrão de viagem europeu para europeus, assinala Boorstin, tomando por base o conjunto de ideias e ações desenvolvidas na experiência do *grand-tour* (ARAÚJO, 2001, p. 52-53).

Esse processo de transformação foi costurado por um elemento central para Boorstin (1964 apud ARAÚJO, 2001): a invenção do pacote turístico (*package tour*), que “empacotou” em forma de serviço acessível, como mercadoria às massas, a experiência que antes era vivenciada como parte da experiência de viagem, como procedimentos e ações de escolher (o destino da viagem), planejar (o roteiro), organizar (o orçamento e as malas) e decidir (sobre o meio de transporte, o calendário, etc.), resultando em uma perda de agência por parte daqueles que decidem viajar. É na passagem da viagem para o turismo, assentada em um novo processo de organização de viagens, que ocorre, “no sistema de interpretação elaborado por Boorstin, uma reviravolta semiológica que é o próprio declínio da experiência de viagem “ativa” em favor apenas de um usufruto de ações turísticas” (ARAÚJO, 2001, p. 54).

Além da mudança na concepção do que é viajar, temos outros elementos importantes nesse processo, levando em consideração a perspectiva de Boorstin. O primeiro diz respeito à transição da viagem individualizada para a viagem como experiência compartilhada em grupo. O segundo remete à dissolução ou à proteção dos/aos possíveis riscos embutidos na viagem, mas também no pacote turístico, como mais um item a ser oferecido pelas agências de viagem. O terceiro é a relação de alteridade entre viajantes/turistas e a população local dos lugares visitados, em que o viajante-turista não constrói uma interlocução direta com os “locais”, mas uma aproximação mediada por agentes intermediários, como guias, funcionários da agência de viagem etc. O quarto elemento é dimensão da irrealidade do mundo turístico exemplificada nas “atrações turísticas” que se sobrepõe à realidade turística do espaço físico, já que, lembra Araújo (2001, p. 58) “tudo pode ser tratado turisticamente como elemento de algo representado, encenado para turista ver, produzindo assim a materialização do pseudo-evento/realidade”. Outro elemento interessante é quanto à dimensão do deslocamento, com significados distintos associados aos dois paradigmas – o da viagem e o do turismo. Enquanto o primeiro paradigma é forjado sob a “égide da liberdade, pautada na possibilidade de ir e vir” (ARAÚJO, 2001, p. 59), no segundo paradigma a busca se dá por uma procura que leva a “lugares reconhecíveis, preparados e encenados”, indica Araújo (2001, p. 59). Esse último aspecto marca também a diferença dos dois personagens contidos nas imagens que conformei em um único quadro no Capítulo 2: a do viajante do século XVIII e a turista do século XXI.

Araújo (2001) avança em suas considerações, apoiando-se em MacCannell (1976), que amplia a questão da significação do turismo, dada a sua importância e extensão no mundo contemporâneo, através da ideia de “dialética da autenticidade” (apud ARAÚJO, 2001, p. 58). Para o autor, ao pensar as definições de realidade turística, baseado nos conceitos goffmanianos de *front* e *back region*, o turista não se satisfaria com um conhecimento superficial, mas cultivaria um desejo de penetrar e conhecer os bastidores dos lugares visitados, incorrendo, com isso, na crença de estar experimentando experiências autênticas, “uma vez que os bastidores preparados para sua visita são apreciados como originais”. É interessante pensar no processo de fabricação desses bastidores pelos “nativos” dos lugares visitados.

Penso aqui nos empreendimentos que fui fotografando à época da minha primeira vez em trabalho de campo exploratório em algumas localidades de Santo Amaro e

Barreirinhas – Betânia, Atins, Canto do Atins, Baixa Grande, Queimada dos Britos⁷⁴. As estruturas de atendimento – referentes à alimentação e hospedagem – criadas para atender os turistas que visitam os Lençóis Maranhenses me possibilitam refletir sobre as construções elaboradas por esses atores sociais, baseada em uma estética nativa que por um lado, reforça o seu modo de vida, mas por outro lado, rearranja-o em termos de apresentação para os turistas que as apreciarão como um modo de vida autêntico, e o reacomoda às demandas próprias do grupo perante as necessidades dos turistas.

É na dimensão da encenação que, conforme Araújo (2001), são criadas as condições materiais que permitem responder à demandas turistas por autenticidade. Dessa forma, entendo, baseado em MacCannel (apud Araújo, 2001, p. 59), o turismo como produtor de realidades situadas ao longo do espectro entre os polos *front* e *back region*, em que a significação da experiência turística nos lugares visitados se dará no espaço em que está em operação a ideia de “autenticidade encenada”. Eis um exemplo:

O desenho de uma enorme carcaça de peixe talhado na madeira de mangue que poderia ter outras utilidades ou até mesmo ser esquecida na beira da praia e ser consumida pelo tempo foi repensada em sua utilização, quando se transformou em um suporte para a criação de uma placa de identificação de um dos restaurantes no povoado Canto do Atins, em Barreirinhas. Identifica-se, com isso, um rearranjo na funcionalidade de elementos da natureza, madeira e peixe, importantes para a cultura alimentar e economia locais, presente, rotineiro e integrante da *back region*. Passam, então, a ser apresentados de forma integrada, ao nível do *front region*, como um único elemento de apreciação para os turistas, projetado para indicar um modo de vida autêntico, natural, exótico. É interessante, nesse sentido, pensar sobre as estratégias adotadas e operacionalizadas das famílias nativas para captarem “o olhar” dos turistas e lhes dá o que almejam, ao mesmo tempo que reforçam e valorizam, eles próprios, seu modo de vida e sua relação com a natureza.

⁷⁴ Refiro-me aqui à oportunidade de acompanhar, em dezembro de 2019, a equipe interdisciplinar de professores que compõem a equipe de pesquisa Atlas Socioambiental dos Lençóis Maranhenses, coordenado pelo professor Reinaldo Paul Pérez Machado, financiada pela FAPESP, com vigência entre 01 de dezembro de 2018 a 31 de agosto de 2022.

Figura 26: Placa de Restaurante feita com madeira de mangue simulando uma carcaça de peixe



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

A “carcaça de peixe” (talhada na madeira), apoiada em dois curtos pedaços de madeira e fios frágeis deteriorados, parece “sorrir” da *encenação* preparada para os turistas, podendo ser um simulacro elaborado pelos nativos para, ao nível do simbólico, indicar que também “riem”, porque são eles é que detêm o poder sobre o que e como é apresentado e oferecido no âmbito da esfera do turismo. O que acabo de colocar, pode ser tratado como uma grande divagação desnecessária, entretanto, ao refletir essa situação, pelas lentes das ciências sociais, poderemos estar, então, diante da *mentalidade* nativa que se manifesta na esfera do turismo.

Robert Darnton (2015), em “O grande massacre de gatos”, conta-nos este episódio, que foi antecipado por um julgamento fictício, após a perturbação dos gatos todas as noites nos telhados bem embaixo onde dormiam (ou tentavam dormir) os trabalhadores de uma tipografia, impedindo, assim, que descansassem após um dia penoso de trabalho. A história se passa em outro tempo do nosso, durante o Antigo Regime, na França, em que era comum realizar matanças de gatos em festivais de carnaval para conseguirem boa sorte durante o ano. Impensável e intolerável para nós, mas culturalmente aceito e engraçado por/para aquela sociedade. Você deve estar se

perguntando: o que tem a ver a “carcaça do peixe” com a matança de gatos? Aparentemente, nada! Mas, recorrendo à perspectiva *darntoniana*, podemos entender o “riso” da carcaça de peixe como o “riso” dos próprios nativos aos turistas à medida que o suposto “riso” possibilita um “entendimento” da *mentalidade* nativa na esfera da atividade turística. Os gatos, da história contada por Darnton, foram levados a um julgamento encenado, depois que um dos trabalhadores, bom de imitação, subiu no telhado da casa de seus patrões e simulou os miados dos gatos em polvorosa, que causou um incômodo e, na manhã seguinte, uma providência dos patrões: se livrar dos gatos a pauladas. Durante o julgamento encenado, os gatos foram associados às figuras dos patrões que, até então, nada fizeram para impedir a algazarra dos gatos à noite no telhado dos cômodos em que (não) dormiam seus empregados. O julgamento virou uma grande piada e serviu para “punir” não somente os gatos, mas, indiretamente, “atacar” também os seus patrões, sem sofrerem retaliações, já que o julgamento estava ocorrendo ao nível do simbólico, isto é, o que estava sendo operacionalizado era a mentalidade das diferenças de classe entre burgueses e operários. A “carcaça de peixe” não foi a julgamento, pelo contrário, foi elevada como um elemento da cultura local para ser exibida em forma de placa e informar não apenas a identificação do restaurante e pousada em Canto do Atins, Barreirinhas, mas para comunicar aos turistas, ao nível do simbólico, a *mentalidade* nativa em funcionamento: a da relação e utilização da natureza e seus recursos no processo de fabricação da experiência turística para os visitantes daquele povoado do Parque, que apreciarão a carcaça do peixe como elemento *pitoresco* e *exótico* de um *modo de vida autêntico*.

Para além da “carcaça de peixe”, outro exemplo é significativo nesse sentido: o pequeno fogão de barro enfeitados com cascas de sarnambi produzido por Dona Luza (ver Figura 4), utilizado para fazer beijus para turistas. A *mentalidade nativa*, dessa forma, é permeada de estratégias que, ao nível dos espaços e das atividades turísticas, comunica a identidade cultural de seus agentes.

Estes exemplos também são interessantes para pensar o que Mary Louise Pratt (1999, p. 27) intitula como “zonas de contato”, isto é, espaços sociais onde culturas distintas se encontram, se entrelaçam e podem até mesmo se chocar uma com a outra, em que ocorrem relações extremamente assimétricas. Aparentemente, “carcaça de peixe” é uma só uma placa e o fogão enfeitado é apenas um utensílio doméstico, mas representam significados e interesses díspares entre a cultura nativa de Canto de Atins e a cultura do turista. A autora explica que:

“zona de contato” é uma tentativa de se invocar a presença espacial e temporal conjunta de sujeitos anteriormente separados por discontinuidades históricas e geográficas cujas trajetórias agora se cruzam. Ao utilizar o termo “contato”, procuro enfatizar as dimensões interativas e improvisadas dos encontros coloniais. Uma “perspectiva de contato” põe em relevo a questão de como os sujeitos são constituídos nas e pelas suas relações uns com os outros. Trata as relações entre [...] viajantes e “visitados”, não em termos da separação ou segregação, mas em termos da presença comum, interação, entendimentos e práticas interligadas, frequentemente dentro de relações radicalmente assimétricas de poder (PRATT, 1999, p. 32).

Também nos serve esse exemplo para entender o *modo de olhar dos turistas*, que segundo Urry (1996, p. 29), são, de certo modo, “praticantes da semiótica, lendo a paisagem à procura de significantes ou de certos conceitos ou signos” que acrescenta densidade à experiência da viagem e do turismo.

3.4 O desejo de “retorno à natureza” e a busca por paisagens autênticas e destinos únicos através do turismo

Como vimos anteriormente, foi na década de 1990 que emergiram sistematicamente os estudos antropológicos sobre o turismo no Brasil. Naquele momento também, a questão do meio ambiente marcava um interesse global de preocupação quanto à proteção da natureza que repercutirá nos estudos antropológicos sobre o turismo, bem como nos interesses do mercado turístico, inaugurando novas vertentes ancoradas em um novo olhar sobre a natureza.

Nesse sentido, Serrano (1997) aponta para a reformulação das posturas predatórias da sociedade moderna ocidental em relação ao meio ambiente, que se configura em uma “tentativa quase literal de reencontrar a natureza por meio do turismo, especialmente em sua variação “ecológica” ou “ambiental”” (p. 11). Para a autora, o turismo de massa exerceu um papel importante ou esteve umbilicado ao processo de construção do chamado “desejo de retorno à natureza” em um mundo globalizado e com seus inúmeros problemas ambientais. A busca pelo “retorno à natureza” pode ser lida como um movimento coletivo desenvolvido e possibilitado pelo turismo.

Diferentemente, temos em Henri David Thoreau o maior exemplo individual e solitário da busca pelo “retorno à natureza” no contexto da emergência do turismo de massa na primeira metade do século XIX, mas fora da lógica das viagens turísticas. Para

Thoreau, a busca e o contato com a natureza tinham um cunho transcendental. Essa busca está resumida em *Walden, A vida nos bosques* (THOREAU, 2017 [1854]). De outro modo, a figura do marceneiro e visionário Thomas Cook, “pai do turismo internacional”, ainda no século XIX, exemplifica os empreendimentos individuais realizados na emergência do turismo moderno, na condição de operador profissional, fundador de agências de viagem, constituindo-se como um empresário do mercado do turismo em constituição (SANTOS FILHO, 2004).

Dada a complexidade da ideia de natureza como invenção cultural humana e suas diferentes definições e perspectivas nas ciências sociais, em especial na Antropologia⁷⁵, o entendimento que teremos dela, no contexto do *desejo de retorno à natureza* através do turismo, é pautado na preeminência da paisagem como sua representante (ROGER, 1991; CONAN, 1991 apud SERRANO, 1997). Para Serrano (1993; 1997), é com base na representação da natureza como paisagem, e como cenário para as ações humanas que se institui o seu consumo pelo turismo. Ou seja, a paisagem como uma categoria de pensamento que possibilita um modo de ver, perceber e apropriar-se da natureza, isto é, uma condição social que tornou possível uma nova compreensão e relação da/com a natureza.

Tal representação pode ser entendida a partir da constituição de dois fenômenos típicos das culturas aristocrática e da alta burguesia europeias, as chamadas *viagens de ilustração* e o *Grand Tour*, com contornos iniciais no final do século XVII e consolidação no século XVIII. E mais tarde, no século XIX, com as chamadas *viagens pitorescas* de artistas viajantes que visitaram a América, que “aludia a uma forma de ver e apreender a natureza segundo os cânones de composição estética dos artistas clássicos” (DIENER, 2008, p. 60).

As *viagens de ilustração* configuravam-se como um tipo específico de representação visual da natureza, tornando-se essencial para identificar estruturas e características de espécies de animais e plantas e divulgar o conhecimento taxonômico, além de estabelecer as bases para a chamada História Natural. Nesse sentido, essas

⁷⁵ Conceitos fundantes do pensamento moderno ocidental, as noções de Natureza (e sua relação com a noção de) e Cultura são centrais como problema epistemológico na constituição da Antropologia e têm sido objetos essenciais e permanentes de discussão entre vários antropólogos e variadas correntes ou escolas de pensamento antropológicas. Não é intenção aqui fazer a recuperação histórica dessa dualidade, mas tratá-la como uma questão importante em que se assenta a base para um tipo de turismo que emerge no final do século XIX, com a inserção, no século seguinte, do debate sobre a crise ambiental na antropologia, em que algumas abordagens se destacam nesse sentido, como a antropologia ecológica, a antropologia da natureza e a ecologia política. Para uma compreensão histórica e epistemológica das discussões antropológicas sobre Natureza e Cultura, ver as produções mais recentes de Luiz e Leite (2018) e Süsskind (2018).

viagens sugerem importância central não só para a exploração da natureza, sobretudo no Novo Mundo, mas para tornar visível a expansão e o domínio dos impérios (VITOR e MARTINS, 2021).

O chamado *Grand Tour* pode ser entendido como um fluxo pioneiro de viagem por prazer, cujo objetivo era ampliar o conhecimento sobre a história, a arquitetura e a arte dos antigos, pautado “culto à ruína e a valores estéticos sublimes na contemplação da paisagem, que pressupunha a elaboração de um diário de viagem, e, se possível, a ilustração dos monumentos observados” (SALGUEIRO, 2002, p. 290-291), destacando-se o que, segundo o autor, podem ser pensadas como matrizes remotas dos fluxos de turismo de lazer e cultural atuais. O primeiro sentido de ilustração tem correspondência à aquisição de conhecimento do mundo natural, já o segundo tem a ver com as técnicas de registro visual, principalmente através do desenho de gravuras.

A *viagem pitoresca* é marcada pela complexidade e diversidade da categoria estética do *pittoresco*, entendido ora como gênero editorial, ora como princípio de composição de pintura, ora como forma de apreender e vivenciar a natureza através de viagens, sobretudo aquelas realizadas por artistas do século XIX. O termo *pittoresco*:

[...] entra para o vocabulário artístico no final do século XVIII para designar uma nova categoria estética em relação à paisagem natural e representada, distinto do sublime. Enquanto a poética do sublime apela ao temor reverencial diante da natureza - que se apresenta grandiosa e hostil -, a estética do pittoresco evoca imperfeições e assimetrias em cenas repletas de detalhes curiosos e característicos que procuram remeter a uma natureza acolhedora e generosa. Valoriza-se aí a irregularidade (sempre agradável) da natureza e a interpretação poética de uma atmosfera particular. [...] a noção é definida e sistematizada na Inglaterra. O pittoresco designa, nesse contexto, tanto o objeto natural quanto a sua representação num quadro. A expressão artística exemplar do pittoresco é a paisagem dos jardins ingleses. Tanto o sublime quanto o pittoresco estão na raiz do romantismo. O sublime apontando para o trágico, o infinito e o universal; o pittoresco enfatizando o característico, o mutável e o relativo (ITAÚ CULTURAL, 2017, *online*).

Ainda sobre a noção de *pittoresco*, Diener (2008) diz que:

A palavra, por si mesma, alude ao que diz respeito à pintura. Com esse sentido foi utilizada frequentemente no percurso do século XVIII e aplicada particularmente à análise de jardins e parques; a ideia que sugere é a de que existe uma analogia entre a pintura de paisagens e o desenho de jardins, e que os parques e jardins deviam ser concebidos como um repertório sequencial de imagens. A partir daí, por volta de meados daquele século, o pittoresco se consolidou como um conceito de teoria da arte. Seus inícios se encontram nos

escritos de William Gilpin (1792) e, nas últimas décadas do século, passou a ser identificado como uma categoria estética localizada entre o belo e o sublime (DIENER, 2008, p. 62).

Diener (2008) ao analisar a chamada *viagem pitoresca*, como categoria estética e sua relação com a prática de viajantes, descortina a relação entre esta noção empregada em trabalhos artísticos e projetos de caráter científico. A categoria estética do *pittoresco* foi incorporada ao repertório conceitual dos artistas e teóricos da arte nas últimas décadas do século XVIII, com significado inicial que compreendia a forma de ver e apreender a natureza segundo a lógica dos clássicos, e com sentido mais abrangente que caracterizava a forma de percepção e registro da realidade em todos os seus âmbitos (DIENER, 2008, p. 59).

O autor recupera trabalhos importantes, como os do sacerdote anglicano William Gilpin que dizia que “procuramos o pitoresco no conjunto dos ingredientes da paisagem: em árvores, rochas, terrenos íngremes, bosques, rios, lagos, planícies, vales, montanhas e na própria distância” (GILPIN, 2001 [1792], p. 42 apud DIENER, 2008, p. 63). Nesses trabalhos o *pittoresco* vinculava-se às ideias classicistas de harmonia, perfeição e elegância, e desempenhava um papel na articulação da natureza aos princípios de composição de “um quadro, um parque ou um jardim” (DIENER, 2008, *idem*).

De acordo com Gastal (2013) a estética do *pittoresco* irá marcar a visualidade dos primeiros destinos turísticos, reproduzidos em guias de turismo que entram em circulação no século XIX, contribuindo esteticamente à constituição do fenômeno social do turismo de massa/turismo moderno, que começou a se manifestar neste mesmo século.

Os manuais e guias e literatura de viagens àquela época, por exemplo, que divulgavam as paisagens pitorescas, desde ruínas góticas, cabanas rurais isoladas, rochas, bosques etc., indicavam *formas de conduzir* os viajantes cultos, sobretudo os artistas, aos lugares constituídos como de interesse e *formas de observar* que ajudavam a forjar o enquadramento da paisagem e o imaginário popular do público receptor: o europeu (PRATT, 1999).

Esses materiais ajudam a conformar o que Malcolm Andrews nomeou de “turismo pitoresco como uma experiência controlada” (ANDREWS, 1955, p. 7 apud DIENER, 2008, p 64),

[...] na qual o viajante caminha a novos territórios, longe de casa, onde se vê confrontado com paisagens estranhas, às vezes intimidantes. E o pitoresco ganha a função de um roteiro para assimilar essa experiência, isto é, para domesticar o desconhecido e reorganizar o desestruturado (DIENER, 2008, p. 64).

Conforme Pablo Diener (2008), a apreensão da paisagem do Novo Mundo por parte daqueles viajantes europeus “foi pouco a pouco ganhando forma, tendo no conceito do pitoresco um importante ponto de referência e apoio” (p. 65). Ainda, segundo o autor, foi a difusão e aceitação do princípio estético do *pitoresco* que permitiu que obras artísticas de pintores fossem reconhecidas, como, por exemplo, as paisagens brasileiras, através dos desenhos do alemão Johann Moritz Rugendas, em *Viagens Pitorescas ao Brasil*, publicado em Paris entre 1827 e 1835, e de Jean Baptiste Debret, em *Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil*, publicada em Paris entre 1834 e 1839.

Kunz e Castrogiovanni (2020) citando Löfgren (1999) indicam que:

[...] a Arte ensinou os pioneiros do turismo, e foi o pitoresco, no século XVIII, que colaborou ao desenvolvimento dessa realidade, na medida em que atua como modo de selecionar, enquadrar e representar certas vistas, ensinando turistas a como olhar e sentir a paisagem. Na mesma época, mas sob inspiração do sublime, certos projetos de parques e jardins serviram para treinar a sensibilidade dos turistas pioneiros, ao inserirem rochas e pequenas quedas d’água, rejeitando a simetria formal, estando em oposição ao jardim francês, pois o pitoresco, em voga, não aceita(va) o perfeito demais, o artificial demais, ou o distante da natureza (LÖFGREN, 1999 apud KUNZ e CASTROGIOVANNI, 2020, p. 515, grifo nosso).

Nessa perspectiva, conforme Gastal (2013), o turismo moderno se conformou através da busca de locais pitorescos junto à natureza, ou seja, destino de sol, mar e montanha, que consolidou um tipo de paisagem turística.

Serrano (1997, p. 15) aponta que as chamadas *viagens de ilustração* consolidaram a assimilação da natureza à paisagem, e principalmente à paisagem pitoresca, em que as modalidades da leitura de paisagem se multiplicam no exercício de contemplação da natureza. Assim, a constituição da representação da natureza como paisagem e cenário como acima delineado, ajudará a conformar no século seguinte, o turismo de massas marcado também pela característica de consumo visual de paisagens e retorno à natureza, principalmente após o recuo da demanda por pacotes standardizados e procura cada vez maior por roteiros personalizados, no final do século XX (SERRANO, 1997, p. 16). Nesse movimento, conforme a autora, ganharam destaque os destinos turísticos considerados

“exóticos” e/ou dirigidos a ambientes de grande interesse paisagístico-ecológico. É interesse pensar, nesse sentido, o turismo no contexto da pandemia e pós-pandemia e a busca por destinos próximos à natureza, como apresentado no primeiro tópico deste capítulo.

De acordo com Serrano (1997), a busca pela natureza através do turismo deve ser lida como um fenômeno social que se efetivará através do ecoturismo, que pode ser entendido tanto pela conceituação formulada por órgãos oficiais do Estado, responsáveis pela organização do setor turístico, por formuladores do *trade* turístico⁷⁶, bem como pelo campo acadêmico, em suas diferentes ciências.

O Ministério do Turismo brasileiro, através da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, no documento “Ecoturismo: orientações básicas”, em sua 2ª edição (2010), formula sua compreensão do ecoturismo, como uma segmentação do mercado turístico, que deve ser compreendida por meio do contexto histórico em que:

[...] o turismo de massa era apontado como o agressor da paisagem natural e cultural, e a vida nas grandes metrópoles (principais núcleos emissores de turistas) já exigia uma nova conduta na busca pelo restabelecimento físico e emocional: buscavam-se lugares remotos, de natureza conservada, paisagens bucólicas entrelaçadas com cultura e hábitos singulares. Dessa forma, incentivava-se uma nova maneira de vivenciar e usufruir as paisagens rurais e naturais, as florestas, as regiões costeiras, entre outros ecossistemas, proporcionando a discussão de uma nova forma de uso e fruição dos espaços pelos turistas. As visitas às áreas protegidas passam a ganhar espaço e a se popularizar, mesmo que inicialmente com um caráter mais científico, desempenhando um importante papel neste processo (BRASIL, 2010, p. 12-13, grifo nosso).

Essa nova maneira de vivenciar e usufruir as paisagens naturais, através do turismo moderno, promoveu, a partir de 1990, o processo de incorporação explícita das premissas de sustentabilidade e proteção dos recursos naturais no setor turístico mundial, observado na criação de organismos internacionais e na produção de discussões, de documentos e programas específicos voltados ao desenvolvimento sustentável no turismo, a exemplo do Conselho Mundial de Turismo e Viagens (WTTC) (criado em 1990), “Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo para o desenvolvimento

⁷⁶ *Trade* turístico – é o conjunto de agentes e operadores de turismo, empresários de meios de hospedagem e outros prestadores de serviços turísticos, que incluem restaurantes, bares, redes de transporte etc. (BRASIL, 2007, p. 19).

Sustentável” e a “Carta da Terra”, em que a primeira foi assinada e a segunda começou a ser redigida no âmbito da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (apelidada de Rio-92 e ECO-92).

No caso do Brasil, segundo o Ministério do Turismo, os documentos “Carta da Terra” e “Agenda 21”, provenientes da ECO-92, foram:

documentos importantes para nortear a definição conceitual e as estratégias e ações contidas no documento “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo”, lançado em 1994 pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e pelo Ministério do Meio Ambiente, em parceria com a EMBRATUR e o IBAMA, em função das possibilidades do desenvolvimento deste segmento em áreas naturais com elevados índices de biodiversidade e pressões antrópicas de degradação ambiental (BRASIL, 2010, p. 15).

Mais do que apresentar as diferentes definições, para Serrano (1997), é imprescindível apontar as principais relações de força que emergem da conexão entre turismo, cultura e natureza. Como exemplo, a autora aponta que as formulações advindas dos diferentes setores podem apresentar uma aparente neutralidade e tentativa de generalização para abarcar as múltiplas possibilidades e especialidades das políticas desenvolvidas no meio natural, mas não consegue ocultar completamente o sentido de mercantilização da natureza. Para a autora, uma análise cruzada dos discursos e práticas pode tornar evidente o descompasso entre ambos.

A *busca pela natureza* através do turismo se dará no processo de consumo por paisagens autênticas, segundo Ribeiro e Barros (1997), que deve ser entendida no momento da história capitalista em que o ambientalismo:

[...] ganha espaço como interlocutor dos diversos agentes formuladores do campo político da discussão sobre desenvolvimento mais condizentes com as novas dinâmicas e relações de hegemonia internas ao capitalismo, e também possibilita a redefinição de modelos de produção de atividades econômicas tradicionais (RIBEIRO e BARROS, 1997, p. 28).

Tal adequação do turismo, como uma “indústria limpa, sem chaminés”, com vistas a atender as novas dinâmicas de consumo incorporou “atividades sintonizadas com o novo valor que tanto a natureza quanto o exótico tem para a economia e para a construção de identidades na sociedade de massas contemporâneas”, apontam Ribeiro e Barros (1997, p. 28). Conforme a análise dos autores, considerando até os anos finais do século

XX, foi possível realizar uma classificação sobre os tipos de turismo ecológico que compartilhavam a tríade: ideologias ambientalistas – mecanismos de diferenciação social na sociedade de massas – qualidade das infraestruturas construídas para atender os turistas. A classificação de Ribeiro e Barros (1997) é assim estabelecida em:

1. *turismo tipo Cancún*, que oferece uma complexa infraestrutura de transportes, comunicação e serviços na região visitada, consistindo em empreendimentos transnacionais ancorados em uma retórica de “respeito ao meio ambiente e à cultura locais” (p. 29);
2. *turismo tipo institucional-ambiental*, que diz respeito à visitação em unidades de conservação, em que o turista-visitante é ali admitido, sendo guiado dentro de um território delimitado, devendo seguir regras preestabelecidas para desfrutar daquela “área diferenciada” (p. 29);
3. *turismo tipo aventura de luxo pseudocientífico-humanista*, que possibilita a visita à mãe-natureza e o bom-selvagem, através de um transporte eficiente, seguro e confortável, guiado frequentemente por personalidades ou autoridades ambientalistas (p. 29-30);
4. *turismo tipo aventura desportista de grupo*, que inclui modalidades de esporte e recreação alternativos de baixo investimento de capital fixo, mas de alto retorno, apoiado em ideologias ambientalistas e/ou místico-religiosas (p. 30).

Penso que a classificação desenvolvida pelos autores, acima apresentada, mostra-se válida, ainda no século XXI, para pensar o turismo realizado no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, foco da minha pesquisa. A intenção aqui não é tentar encaixar o turismo praticado nesta unidade de conservação no sistema classificatório de Ribeiro e Barros (1997), mas realizar uma leitura permeada em alguns de seus elementos, já que a realidade turística ali produzida é ampla, complexa, diversa e contínua para ser enquadrada em uma única classificação.

O caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses nos possibilita perceber o trânsito entre as classificações acima referidas à medida em que estabelecemos a relação entre a área visitada, o tipo de turista e o turismo a ser praticado, que modela cada configuração turística. Tomemos como exemplo o povoado de Atins, que recebe o maior contingente de visitantes do Parque, e tem se tornado uma localidade cosmopolita em que turistas estrangeiros têm adquirido vários terrenos para construção de uma “infraestrutura transnacional de transportes, comunicação e serviços” com “respeito à natureza e à cultura

local” para atendimento de outros turistas estrangeiros (classificação 1 – *turismo tipo Cancún*), como é o caso:

[...] da Vila Guará, um investimento de mais de R\$ 2 milhões feito por seis sócios franceses. Eles compraram um terreno de 20 mil metros quadrados em frente ao mar e lá levantaram com madeira de lei (colunas de maçaranduba e tábuas de tatajuba) sete bangalôs, bar, restaurante e um lounge – onde funciona a recepção da pousada e da escola de kitesurf (MOLINARI, 2018, *online*, grifo nosso)⁷⁷.

Ao visitar o site deste empreendimento transnacional, deparamo-nos com mais elementos que conformam o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses a partir de uma representação sobre a natureza como *paraíso* a ser buscada, visitada e consumida em suas “paisagens deslumbrantes” e “cenários de sonhos”, combinando o fato de ser “uma reserva ecológica que abriga vários ecossistemas” com a “simplicidade do local” (classificação 2 – *turismo tipo institucional-ambiental* e classificação 3 – *turismo tipo aventura de luxo pseudocientífico-humanista*), além de oferecer uma escola de *kitesurf* integrada à estrutura da pousada que “combina simplicidade, luxo e sustentabilidade”, já que Atins é considerada como um dos melhores pontos do Brasil para a prática do *kitesurf* (classificação 4 – *turismo tipo aventura desportista de grupo*).

Atins tem inúmeras estruturas de hospedagem de alto padrão que atendem um público seleta e com recursos para tanto, e que nos permitem perceber em suas estratégias de promoção turística (narrativas e imagens) “um retorno” à natureza. A Vila Guará é um caso significativo nesse quesito, por isso, detenho-me a este exemplo. É possível perceber, a partir das informações disponibilizadas do *site* da Pousada Vila Guará⁷⁸, como sua narrativa e visualidade promove um tipo de turismo que incentiva e reatualiza o *desejo de retorno à natureza* por meio de *destinos únicos*, consolidada como um valor econômico para a indústria turística.

⁷⁷ Extraído da reportagem “Atins é a meca dos kitesurfistas”, publicada em 16 de dezembro de 2018, no Diário de Uberlândia (Online), embora tenha sido publicada em parte na Folha de São Paulo, dez dias antes com o título “Com águas calmas e ventos fortes, Atins (MA) é a meca dos kitesurfistas”. A reportagem completa está disponível em <<https://diariodeuberlandia.com.br/noticia/19121/atins-e-a-meca-dos-kitesurfistas>>. Acesso em 21 de mai de 2020.

⁷⁸ Extraídos do site oficial da Pousada Guará. Disponível em <<https://vilaguara.com/pt/>>. Acesso em 21 de mai de 2020.

Apresento a seguir trechos expressivos e indicativos da narrativa e visualidade de promoção turística da Vila Guará, sobre o que considero como uma reatualização do *desejo de retorno à natureza* por meio de *destinos únicos*:

Bem-vindos ao paraíso! [...] o fascinante Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses [...] esta paisagem paradisíaca é moldada pelas dunas e alguns oásis, onde esmeralda e lagoas cristalinas nascem com a chuva. [...] abriga vários ecossistemas frágeis, povoados por tartarugas e uma flora excepcional composta de manguezais e dunas de bancos de areia até onde a vista alcança. Atins [...] este cantinho do paraíso inspirou a criação da Vila Guará, um hotel de luxo dedicado aos amantes da natureza e Kitesurfistas. [...] local mágico! [...] A Vila Guará fica na entrada dos mágicos Lençóis Maranhenses, uma paisagem única que mistura dunas de areia branca com um rico suprimento de água subterrânea, em si um espetáculo verdadeiramente extraordinário para ser experimentado, ainda mais pelo kite! [...] simplicidade de um local paradisíaco com os pés descalços sentindo a areia fofa e branca em contato direto com a natureza. [...] Cenário dos sonhos; vista para o mar, paisagens deslumbrantes, total tranquilidade e um dos melhores spots do Brasil para a prática de kitesurf.

O *slogan* da referida pousada é construído a partir da representação da natureza do PNLN como *excepcionalidade, paraíso, local mágico, cantinho do paraíso, espetáculo extraordinário*, moldado apenas pela natureza, destituindo a produção humana sobre aquele espaço, que pode ser apropriada e consumida através de uma *paisagem paradisíaca, fascinante e deslumbrante, cenário de sonho*, com elementos naturais – dunas, oásis, lagoas, tartarugas, pássaros, ventos fortes, praias, e flora excepcional. Elementos que conformam uma natureza natural e uma estética pitoresca também, quando a compreendemos, conforme Humboldt (1989 [1807], p. 64 apud DIENER, 2008, p. 66), que entende que “o pitoresco se encontra na própria natureza, na sua riqueza, nos seus contrastes e particularmente na sua coerência; surge uma ideia de pitoresco, concebida a partir de elementos naturais” (DIENER, 2008, p. 66).

A *coerência* da paisagem que nos fala Humboldt é refletida na argumentação do *slogan* que indica o Parque Nacional dos Lençóis como uma *paisagem paradisíaca moldada* pelas dunas e alguns oásis, onde lagoas cristalinas de cor verde-esmeralda nascem com a chuva. O contraste entre dunas de areias brancas sempre em mudança e lagoas cristalinas coloridas faz emergir o pitoresco como representação da própria natureza, “em que a concepção pictórica evoca ideias que vão além da simples experiência visual” (DIENER, 2008, p. 67), através de uma *paisagem deslumbrante* que compõe um *cenário dos sonhos* em uma *experiência única* (caracterizações da paisagem do Parque contidas no *slogan* da Pousada Guará).

Figura 27: Imagem de promoção turística do PNLM para o retorno à natureza (Vila Guará/Barreirinhas)



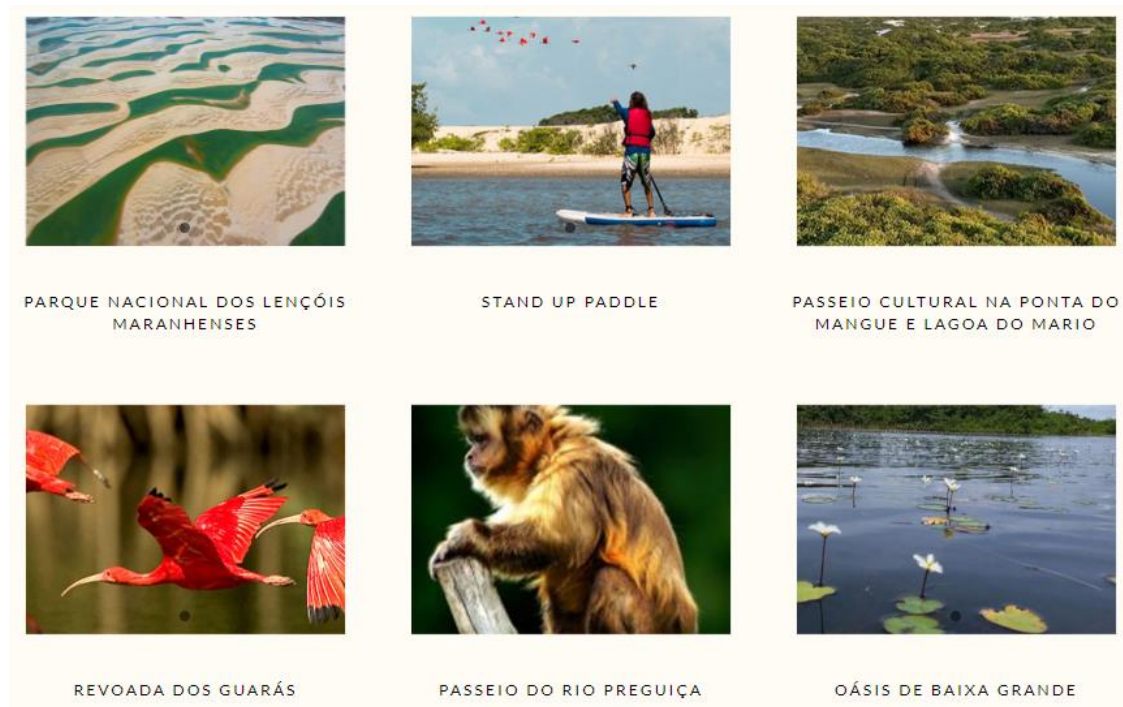
Fonte: Site da Vila Guará, 2020.

Figura 28: Imagem de promoção turística do PNLM para o retorno à natureza (Vila Guará/Barreirinhas)



Fonte: Site da Vila Guará, 2020.

Figura 29: Imagens de promoção turística do PNLM para o retorno à natureza (Vila Guará – Barreirinhas)



Fonte: Site da Vila Guará, 2020.

As imagens disponibilizadas pelo site da Pousada Guará mostram de imediato um imenso campo de sinuosas dunas (em maior destaque, seja no plano aéreo ou no plano geral) e lagoas claras e tranquilas. Apresentam, nesse sentido, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses em uma perspectiva *enquadrada* da natureza, exibida como grandiosa e exuberante, conformando-se aos olhos dos espectadores como *paisagem-panorama* (ARGOD, 2018). Na imagem 1 (Figura 27), o elemento destoante da natureza são as velas coloridas de kitesurfs localizados no terceiro quadrante à esquerda. Na imagem 2 (Figura 28), o elemento não-natural é a figura de dois turistas “minúsculos” em meio à imensidão de dunas, no final de uma tarde. Quase não há mais luz do sol, de modo que dunas e uma rasa lagoa no centro da fotografia parecem se confundir em um mesmo tom acinzentado, diferente da imagem 1, exaltada pelas cores azul, verde e branco, presentes no céu, nuvens, lagoas, dunas, e velas de kitesurf. A imagem 3 (Figura 29), na verdade um compósito de imagens traz em sua grande maioria cenas e detalhes da natureza (dunas, rio, lagoas, macaco, guarás, flor de lírio d’água) e seus elementos (flora, fauna, ambientes), exceto o quadro 2 (primeira linha, segunda coluna) que traz a figura de um kitesurfista apontando para uma revoada de guarás, enquanto se equilibra na sua prancha, e de costas para o expectador da imagem.

Dessa forma, as imagens que aparecem no site da Pousada Guará *nos oferecem algo a pensar* antropologicamente, são *portadoras e veículos* de um sistema de pensamento de uma determinada cultura (SAMAIN, 2012). O sistema de pensamento está presente, segundo Samain (2012) não só nas imagens em si, mas também no pensamento de seus produtores, além dos expectadores das imagens que “incorporam” seus pensamentos, suas intenções, suas fantasias e até seus delírios. Considerando isso, segundo o autor, a imagem é uma “forma que pensa”,

[...] na medida em que as ideias por ela veiculadas e que ela faz nascer dentro de nós – quando as olhamos – são ideias que somente se tornaram possíveis porque ela, a imagem, participa de histórias e de memórias que a precedem, das quais se alimenta antes de renascer um dia, ao (re)formular-se em outras singulares direções e formas (SAMAIN, 2012, p. 22-23).

As descrições e as imagens acima apresentadas podem ser interpretadas como formulações advindas do sistema de pensamento ocidental sobre natureza como *paraíso* (questão discutida no capítulo 2), mobilizado e reformulado pelo setor empresarial para a comercializar no mercado turístico. Dessa forma, apresentam uma aparente neutralidade ao generalizar as múltiplas possibilidades de experiência turística em uma “experiência única no paraíso!”, segundo anuncia *slogan* da Pousada Guará.

Por outro lado, conforme Serrano (1997), esse movimento não consegue ocultar completamente, por um lado, o sentido de mercantilização da natureza e, por outro lado, a pressão sobre o território da população nativa que ali se estabeleceu antes da criação do Parque, que convive com o assédio da oferta de compra de terrenos e o expulsamento de suas terras, conformando um processo de intensas e profundas transformações.

Para o empreendimento turístico Vila Guará, Atins é classificada como “uma vila povoada por pescadores e sonhadores”, de modo que tal povoamento nativo apenas é citado, não apresentado nas imagens divulgadas⁷⁹.

A ausência de registros imagéticos e narrativos da população nativa faz com que ela seja mera abstração. No site, os nativos não aparecem, e pela sua invisibilização no plano das imagens, parecem assim, serem, de certa maneira, no plano da abstração,

⁷⁹ Embora pareça desproporcional, reporto-me, nesse sentido, para o trabalho *The Prison* (2014), do fotógrafo Koto Bolofo, que reflete criticamente sobre a condição do “imenso vazio de vidas” dos presos políticos do apartheid, em Robben Island, África do Sul, resultado do não registro e documentação visual desse espaço àquela época.

eufemizados e colocados em uma posição de subalternidade nas relações de poder, tratados como “mercadorias humanas exóticas” no mercado de bens simbólicos do turismo, passando a serem interessantes de se conhecerem no circuito dos passeios em Atins.

A complexa problemática da mercantilização da natureza através do turismo, propagandeada, vendida e consumida como *paisagem-panorama*, *paisagem-pitoresca* e *cenário de sonho*, *local mágico* e *paraíso* começou a ser descortinada ao final deste capítulo, que nos próximos será mais bem aprofundada.

4 TURISMO E NATUREZA COMODIFICADA EM ÁREAS PROTEGIDAS: o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e sua constituição turística

“Um desejo de consumo de quem adora viajar, os Lençóis Maranhenses são grandes dunas de areias douradas e lagoas sazonais de águas de chuva que formam um cenário desértico e belo. [...] O cenário é exuberante. Parece que estamos em um filme ou no próprio céu...”⁸⁰.

Os “Lençóis Maranhenses” como um *cenário desértico e belo*, que possibilita a sensação de *estar em um filme ou no próprio céu*, só é possível se considerarmos o processo de constituição da natureza comodificada apta a ser encarada como mercadoria a ser consumida. O excerto acima, extraído de depoimentos de turistas que visitaram o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, portanto, dá o tom das questões que iremos tratar neste capítulo.

Vimos no capítulo anterior, em uma perspectiva antropológica, o processo de constituição do fenômeno social da viagem turística tecida da modernidade ocidental e sua relação com o desejo de retorno à natureza. No capítulo presente pensarei essa relação no recorte das áreas protegidas, especialmente nos parques nacionais, a partir do contexto empírico do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Buscarei compreender, centralmente, como ocorre, neste contexto, a operação social elaborada por diferentes atores e agentes, que transmuta a natureza em mercadoria turística e provoca o *desejo do seu consumo* no mercado de bens simbólicos do turismo.

O quarto capítulo, assim, explora a discussão sobre o turismo nas unidades de conservação dos Parques Nacionais privilegiando o caso do PNLN, de modo a identificar o funcionamento dessa atividade através do recorte do trabalho de agências e guias, com a criação de roteiros, circuitos, passeios e atrativos em áreas do parque previstas no Plano de Uso Público, as estratégias utilizadas, as especificidades, e as visualidades e narrativas mobilizadas para apresentação dos seus pacotes e produtos turísticos e as disputas que se constituem em torno da atração e convencimento dos turistas em consumir tais produtos turísticos. Dessa forma, o capítulo se inicia partindo da reflexão da relação entre turismo

⁸⁰ Disponível em <<https://travelpedia.com.br/lencois-maranhenses-experiencia-unica-no-nordeste/>> e <<https://embarquenordeste.com.br/destinos/maranhao/vivala-lanca-experiencia-de-aventura-nos-lencois-maranhenses/>>. Acesso em 03 de jan. 2023.

e/em áreas protegidas, especialmente nas unidades de conservação dos parques nacionais, no tópico 4.1, chamando atenção para o processo de aproximação entre esses dois universos. No tópico 4.2, avanço na compreensão desta relação levando em consideração o contexto do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Analiso a questão da natureza comodificada no PNLN através do trabalho de agências e guias no processo de fabricação de mercadorias turísticas que giram em torno de passeios, rotas, circuitos e outras modalidades de experiência de consumo da natureza, no tópico 4.3. No último tópico, 4.4, o foco será a percepção dos turistas em torno do consumo da natureza comodificada a partir de suas experiências pessoais que ressoam e reforçam a crença de uma natureza comodificada, incentivando novos desejos de consumo para outros que desejam experimentar a natureza do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

4.1 Turismo e/em áreas protegidas: a natureza dos parques nacionais como objeto de consumo

Segundo dados apresentados pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, as Unidades de Conservação Federais atingiram um novo recorde de visitação em 2021. Para o órgão, esse é um resultado histórico proveniente de uma única causa: ações do governo federal referente ao uso público nos parques nacionais, que não são relatadas ou explicadas no corpo da reportagem. O órgão afirma que os parques nacionais sob sua gestão alcançaram o número de 6,9 milhões de visitas em 2021, diferente do ano anterior, que foi de 4,4 milhões. Nesse contexto, a visitas foram de maior cunho turístico, e não de pesquisas, já que as escolas e universidades estavam fechadas durante a pandemia, suspendendo a maioria das suas atividades. Outro dado interessante apresentado pelo órgão é que 65% das visitas se concentraram em dez parques nacionais entre as 74 unidades atualmente existentes nesta categoria. Os dados são provenientes do trabalho de monitoramento que vem sendo realizado ao longo dos últimos anos nas unidades de conservação. Reproduzo abaixo a tabela de colocação dos dez parques nacionais mais visitados em 2021, em que o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses aparece em sexta colocação. Podemos observar que a maioria dos dez parques se concentram principalmente na região sudeste e sul do Brasil, em que apenas três dos dez

parques mais bem colocados são de outros estados, da região nordeste, como é o caso do PNLN.

Quadro 6: Relação dos Parques Nacionais mais visitados no Brasil em 2021

Colocação	UNIDADE	TOTAL DE VISITAS EM 2021
1º	PARNA da Tijuca (RJ)	1.793.666
2º	PARNA de Jericoacoara (CE)	1.699.277
3º	PARNA da Serra da Bocaina (SP/RJ)	718.453
4º	PARNA do Iguaçu (PR)	696.380
5º	PARNA Marinho de Fernando de Noronha (PE)	532.988
6º	PARNA dos Lençóis Maranhenses (MA)	280.878
7º	PARNA de Aparados da Serra + Serra Geral (SC/RS)	256.930
8º	PARNA da Serra da Canastra (MG)	124.613
9º	PARNA da Serra dos Órgãos (RJ)	108.827
10º	PARNA de Itatiaia (RJ)	108.265

Fonte: ICMBio/2021⁸¹

Considerando o ano de 2019, o órgão apresentou a contabilidade de 15.335.272 visitas em 137 unidades monitoradas, entre parques nacionais e outras categorias que permitem visitação, representando um aumento de 20,4% em relação ao ano anterior. Em 2020, ano em que houve o fechamento de unidades de conservação para visitação por conta dos protocolos sanitários exigidos para o combate e prevenção da pandemia da Covid-19, houve o número de 8,4 milhões de visitas somente em parque nacionais.

⁸¹ Disponível em <<https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/noticias/ultimas-noticias/unidades-de-conservacao-federais-atingem-novo-recorde-de-visitacao-em-2021>>. Acesso em 13 de jan de 2023. O órgão disponibiliza seus dados relativos ao bloco temporal de 2000 a 2016 e demais anos em: <<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOGYyNjNhMzEtOTk2Ni00MzAyLTlhM2QtMjAyMWEyN2RmZWwliwidCI6ImMxNGUyYjU2LWM1YmMtNDNiZC1hZDljLTQwOGNmNmNjMzU2MCJ9&pageName=ReportSection283706c1c8465c9672b0>>. Acesso em 13 de jan de 2023.

Esses dados apresentados pelo ICMBio são indicadores do aumento contínuo e progressivo de visitas às unidades de conservação, especialmente aos parques nacionais, mas também nos insere na relação que iremos refletir a partir de agora que é entre turismo e áreas protegidas, especificamente nas unidades de conservação dos parques nacionais. Como tais áreas se conformam em objeto de desejo e consumo turístico?

Atribuir, conforme a divulgação do ICMBio, tal resultado à causa exclusiva “das ações do governo federal referente ao uso público nos parques nacionais” empobrece o entendimento da elevação do interesse em visitar a natureza das unidades de conservação, principalmente os parques nacionais. Como vimos no capítulo anterior, a procura por áreas naturais cada vez maior em plena pandemia se baseou não somente em uma nova relação com a natureza, aqui entendida como minimizadora/redentora dos impactos da pandemia, mas uma estratégia segura de ter contato com a natureza em meio à situação de contágio.

A busca pela natureza em tempos de pandemia se reconfigura como um *retorno ao paraíso* diante de um momento crítico de doença e mortes. Podemos acrescentar também as melhorias de infraestrutura, facilidades de transporte e acesso, mecanismos eficazes de divulgação e propaganda oficiais ou operacionais de agências, que impactam a decisão na escolha de visitação a esses destinos. Esses aspectos tiveram sua relevância quando pensamos o aumento do número de visitantes a um dos principais atrativos do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, em Barreirinhas e Santo Amaro⁸².

Esses são alguns aspectos importantes para a compreensão do turismo em unidades de conservação em suas várias modalidades, mas que representam faces de um processo mais amplo que, segundo Cruz (2003) se estabelece na década de 1990, como um momento chave para o crescimento de modalidades de turismo relacionadas a espaços naturais, não necessariamente protegidas, demonstrando sua capacidade de figurar importância no conjunto dos segmentos das viagens turísticas. Essas modalidades,

⁸² Considerando os anos de 2018 a 2021, o Governo do Estado do Maranhão em parcerias com outras esferas do poder público, construiu várias infraestruturas que facilitaram o acesso e o fluxo turístico, como por exemplo, a escadaria que facilita o acesso ao campo de dunas do circuito Lagoa Bonita, em Barreirinhas e outros projetos de reurbanização na sede deste município. Sobre isso ver <<https://www3.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=307360>>. Em Santo Amaro se destacam as obras de pavimentação da MA-302, entre o povoado Sangue e à sede do município, a ponte sobre o Rio Alegre e o espaço urbano da Beira Rio. Ver em: <<https://www3.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=232917>>; <<https://www3.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=315039>> <<https://www.ma.gov.br/noticias/governador-carlos-brandao-inaugura-beira-rio-em-santo-amaro-e-vistoria-obras-na-ma-320>>. Acesso em 13 de jan de 2023.

intituladas de *alternativas*, recebendo diferentes denominações, como ecoturismo, turismo ecológico e turismo de natureza, de forma comum “têm nos recursos naturais seu principal objeto de consumo” (p. 17).

O interesse turístico que rumou e buscou os espaços da natureza como lugares de lazer tem a ver com um amplo processo histórico de construção da importância da natureza e da sua preservação em meio ao uso desenfreado dos seus recursos, efetuando-se em uma nova perspectiva sobre a natureza, que foi se desenhando em fins do século XVIII, como vimos no capítulo anterior. Para Franco et al (2015), o entendimento da proteção da natureza deve ser colocado em termos sócio-históricos, percorrendo três eixos de análise: os debates e suas divergências acerca da proteção da natureza que se estabeleceram em uma arena internacional e em arenas locais, a criação de áreas protegidas e a constituição de instituições ligadas à conservação da natureza.

Medeiros (2006), pensando o caso do Brasil, indica que o estabelecimento de grande parte dos instrumentos legais que dariam a sustentação necessária para a criação de áreas protegidas no país começou a ser efetivado a partir da década de 1930, em contraposição a inércia quase total com que essa questão vinha sendo abordada pelo Estado desde a instituição da República em 1889. Esse contexto de ambiciosas transformações sociais e políticas, empreendidas pela égide de um novo projeto político para o país, de modernização e busca de maior inserção internacional, possibilitaram “o “ambientalismo” brasileiro que pregava a criação das áreas protegidas sob a forma de parques nacionais, que àquela altura já se constituía como uma tendência internacional” (p. 46). A autora aponta que é na Constituição de 1934 que a proteção da natureza figurou como um princípio fundamental, sob responsabilidade da União e dos Estados em “proteger belezas naturais e monumentos de valor histórico e artístico”, conforme descrito no Capítulo I, artigo 10. Ou seja, a Constituição de 1934 outorgava em suas linhas um novo valor à natureza, compreendida como um verdadeiro patrimônio nacional grandioso e admirável a ser preservado, de modo que:

Com isso, a proteção da natureza adquire novo sentido e status, consistindo em tarefa ou dever a ser cumprido e fiscalizado pelo poder público. Proteger a natureza entra na agenda governamental republicana, passando a configurar um objetivo em si da política desenvolvimentista nacional. É neste cenário que os principais dispositivos legais de proteção da natureza, que levaram à criação e consolidação das primeiras áreas protegidas, são criados contemporaneamente no Brasil: o Código Florestal (Decreto 23793/1934), o Código de Águas (Decreto 24643/1934), o Código de Caça e Pesca (Decreto

23672/1934) e o decreto de proteção aos animais (Decreto 24645/1934) (MEDEIROS, 2006, p. 50).

Entre estes instrumentos legais apontados pelo autor, o Código Florestal se destaca no processo de criação das condições necessárias para a constituição do Parque Nacional de Itatiaia (Decreto 1713/1937), que em suas pretensões buscava atender também às finalidades de ordem turística. Nesse sentido, dois aspectos são importantes de serem destacados, o primeiro é de considerar o turismo como uma esfera essencial na preservação de áreas protegidas, o segundo é pensar o turismo como âmbito integrante da constituição das áreas preservadas dos parques nacionais. Isto é, o turismo está ancorado às áreas preservadas dos parques nacionais em sua própria constituição e efetivação. Esse processo é subsidiado pelo desenvolvimento de uma tradição de pensamento entre setores da intelectualidade brasileira, que mostrava preocupação com o uso racional dos recursos naturais.

Conforme apontam Franco et al (2015), diferentemente do caso dos Estados Unidos, da Alemanha e Inglaterra, onde a busca pela preservação da natureza e a crítica à destruição do mundo natural esteve vinculado aos valores do movimento romântico (valor intrínseco ou estético da natureza), no Brasil, a influência se deu em torno da herança do Iluminismo, em que os intelectuais nacionalistas teciam suas críticas e engendravam possíveis soluções para a defesa da natureza, a partir da perspectiva da natureza como um “valor político e instrumental para o progresso” (FRANCO et al, 2015, p. 239). Dessa forma, um exemplo dessas diferenças, destacado pelos autores, pode ser apreendido na reverberação local da criação do parque nacional norte-americano de *Yellowstone*, já que poucos anos depois André Rebouças, em 1876, a partir dessa inspiração, propôs a criação de parques em Sete Quedas e na Ilha do Bananal, com outra justificativa, que não a estética, mas da potencialidade natural para o desenvolvimento do turismo como uma atividade econômica motivadora que poderia trazer benefícios para a sociedade.

A política de criação das áreas protegidas e os esforços para sua conservação, embora tenham se iniciado na década de 1930, com a criação do Parque Nacional do Itatiaia (1937), estudiosos apontam que a implantação e ampliação de tal política tiveram um avanço lento e intermitente, atingindo somente na década de 1980 uma maior cobertura no Brasil, com inclusão de mais áreas, mas que na década seguinte viram sua redução, e nos anos 2000, uma nova explosão na criação de novas áreas a serem

preservadas devido aos novos dispositivos jurídicos que fortaleceram tal empreendimento, como é o caso da versão definitiva do Sistema Nacional de Unidades de Conservação – SNUC (Lei 9.985/2000), que teve sua primeira versão em 1988 (BARRETTO FILHO, 2004; RYLANDS e BRANDON, 2005; MEDEIROS, 2006; FRANCO et al, 2015).

Fundamentalmente, um dos grandes paradigmas do final do século XX, foi, sem dúvida, a chamada “questão ecológica” (CRUZ, 2003, p. 26), de modo que a segunda metade deste século se tornou um tempo de mobilização internacional para a preservação da natureza como meio ambiente, com a realização de eventos, congressos e encontros internacionais, acordos transnacionais, criação de ongs ambientais, disciplinas escolares, políticas públicas, programas televisivos, campanhas ambientais etc. Além disso, conforme Cruz (2003) a preservação da natureza foi se tornando uma questão de senso comum através do nível do discurso, por meio da inclusão e massificação de novos termos que foram se impregnando no vocabulário cotidiano das pessoas, tais como: degradação, conservação e preservação ambientais (p. 26).

Os efeitos do movimento mundial de revalorização da natureza, no caso do Brasil, de acordo com Cruz (2003) serão sentidos com mais ênfase a partir da década de 1980, devido a ampliação e a modernização do aparato legal, com seus dispositivos jurídicos e legislações específicas, relativo à proteção de ambientes naturais, que mapeou e legitimou a diversidade natural dos ambientes brasileiros como um grande potencial para as práticas de turismo em espaços da natureza. Nesse sentido, a criação das Unidades de Conservação (UCs) resume os esforços do novo espírito de revalorização da natureza, que será experienciada conforme normas e regras de uso próprias, a depender da categoria (Uso Sustentável ou Proteção Integral), em que a prática turística também está aí permitida e disciplinada, entendido como um fator de desenvolvimento. Nos parques nacionais, o turismo é uma das principais atividades permitidas pelo uso indireto, pautado de acordo com as normas e restrições definidas no Plano de Manejo correspondente.

Como podemos perceber, a questão do turismo em áreas preservadas, especificamente aquelas que permitem a sua prática, está incutida nos dispositivos legais que visam a ordenação territorial e ambiental dessas áreas protegidas, entre eles, no Sistema Nacional de Unidades de Conservação – SNUC (Lei 9.985/2000). Por outro lado, quando tratamos do turismo, em termos de sua legislação e políticas brasileiras (Lei Geral do Turismo nº 11.771/2008/ Política Nacional do Turismo, 2011), também percebemos a ligação e entrelaçamento de suas atividades nas áreas naturais, de forma especial, nas

unidades de conservação (SIMONETTI e NASCIMENTO, 2012). Em Parágrafo único da Lei, indica que o turismo quando relacionado a unidades de conservação deverá ser desenvolvido em conciliação não somente com os objetivos de criação, mas também com as disposições inscritas no Plano de Manejo da unidade referente; nas áreas naturais, a prática da atividade turística deverá ser sustentável. Além disso, a Lei Geral do Turismo, em seu artigo 9, legitima o Sistema Nacional do Turismo a propor aos órgãos ambientais competentes a criação de unidades de conservação, alegando áreas de grande beleza cênica e interesse turístico.

O turismo em espaços naturais, entre eles, nas chamadas áreas protegidas, especificamente as unidades de conservação dos parques nacionais caminhou em paralelo com a própria constituição dessas áreas, como vimos, no plano dos novos valores sociais atribuídos à natureza e sua preservação, bem como na esfera dos aparatos legislativos e jurídicos. Entretanto, do ponto de vista socioantropológico, é na constituição dos parques nacionais como lugares de conservação da natureza em *não lugares* (AUGÉ, 2012) que ocorre o processo de conformação dessas áreas em objeto de desejo e consumo turístico.

Marc Augé (2012) considera os *não lugares* como produtos da supermodernidade, que são pensados em oposição aos lugares (antropológicos), estes entendidos pelo autor com sentido inscrito e simbolizado, como espaços que se podem definir como identitários, relacionais e históricos (p. 73). O *não lugar* não tem todas essas características, não se completa, não tem memória, é provisório, é perenidade que apodrece, como as cadeias de hotéis, os terrenos invadidos, os clubes de férias, os acampamentos de refugiados (p. 74). Ao tecer suas considerações sobre esse tema, reflete o *não lugar* como um mundo assim voltado à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero, que não se realiza totalmente.

Entre os vários exemplos destacados pelo autor, um deles se aproxima do meu universo empírico de investigação, quando cita a situação dos *parques de lazer* como *não lugares*, que podemos pensar em analogia às áreas preservadas das unidades de conservação dos parques nacionais como lugares de destinação turística. Neste caso, os parques nacionais como lugares turísticos se tornam em *não lugares* porque consistem em espaços constituídos em relação a certos fins (lazer), marcados por relações específicas com esses espaços, tecidas pelos indivíduos que por lá passam e os atravessam, criando o que o autor intitula de *tensão solitária*, resultando em uma vivência de solidão. O *não lugar* é um deslocamento (de olhar e de estar) da realização de uma sociedade.

Nesse sentido, Coelho (2004) quando pensa a questão do *não lugar* relacionado ao turismo, indica que o *não lugar* se torna um mecanismo de produção de comportamentos, de modo de ver e de estar em um determinado lugar, gerando um lugar dentro do *não lugar*, isto é um *espaço do viajante*, como coloca Augé (2012, p. 81), onde o viajante (do século XIX, analisado por Augé), (incluo também) e o turista se experimentam como espectadores, a partir de um ponto de vista privilegiado a *abolição* do lugar que visitam, já que estão criando um espaço sem identidade, sem relação e sem raízes com o ambiente, sem história, um *não lugar*, caracterizado segundo Augé, por solidão.

Ao observar meus materiais e dados visuais de pesquisa (a ser explorado no capítulo seguinte) logo me chama atenção a composição das imagens dos Lençóis Maranhenses, que em sua grande maioria projetam a ideia de paraíso configurado a partir de dunas, lagoas cristalinas, céu espetacular, sugerindo um lugar natural, vazio, óbvio, quando não muito, aparece o elemento humano, que logo percebemos, pelos trajés, acessórios, hexis e técnicas corporais, tratar-se de turistas. Pergunto-me: o que essa composição quer me dizer ou o que posso dizer sobre ela? O que não aparece nas cenas icônicas de turistas sozinhos em meio à vastidão de dunas e lagoas? Por que não aparece nas cenas o amontoado de outros que estão naquele lugar que se convencionou chamar de paraíso?⁸³

Essas imagens-comuns que abarrotam as redes sociais e em outros sítios de busca nos possibilitam mirar, antropologicamente, a questão da produção do *não lugar* (AUGÉ, 2012), que se relaciona à problemática da construção e reprodução de uma paisagem que vai se distanciando do existente e vivido cotidianamente pelas populações locais do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – PNLN, e vai sendo desenhada como uma forma concluída e propícia à contemplação, quando se refere a um lugar turístico. Aqui percebemos a permanência histórica do sentido de paisagem como representação pictórica, como cenário com elementos marcantes e fixos, confinando o mundo no âmbito de suas superfícies. Retratadas pelo olhar dos turistas, tais imagens, ajudam a consolidar um modelo de contato e consumo da natureza através da contemplação de um espaço transformado em *não lugar* (AUGÉ, 2012), ao mesmo tempo

⁸³ Parte dessas reflexões dos meus dados visuais de pesquisa foram desenvolvidas no ensaio fotográfico de minha autoria, intitulado “Paraíso Apinhado: por outros enquadramentos dos Lençóis Maranhenses” (2022). Disponível em: <<https://jornadasjmonteiro.wixsite.com/jornadas2022/benedita-costa>>. Acesso em: 13 de jan. 2023.

em que reforçam a ideia de uma *natureza intocada* (DIEGUES, 2008) para aquela unidade de conservação. Podemos estabelecer que a transformação da natureza das áreas protegidas dos parques nacionais em *não lugares* conforma um olhar sobre ela como objeto de consumo turístico.

4.2 Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: unidade de conservação como destinação turística

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses que constitui o meu universo empírico de investigação foi inicialmente apresentado na introdução deste trabalho. No presente tópico, portanto, trato este universo em termos da sua caracterização e constituição como destino turístico, sendo uma unidade de conservação de uso indireto, conforme o SNUC.

Como vimos no tópico anterior, existe uma relação estreita entre unidades de conservação dos parques nacionais e turismo, construída histórica, social e politicamente, por inúmeros fatores como a revalorização dos espaços naturais, debates em torno da preservação da natureza e aparatos legais para criação de áreas preservadas. Chamo atenção para alguns aspectos que cooperam para o processo que fundamentou/fundamenta a unidade de conservação do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses em destino turístico, tornando-o um desejo de consumo tão almejado por pessoas do mundo inteiro. O que pretendo apontar é que o PNLM se conforma em um *não lugar* para funcionar como uma destinação turística, englobando um conjunto de fatores complementares que ocorreram/ocorrem em níveis distintos que se coadunam para tal constituição e continuidade. O PNLM como destinação turística não é um dado pronto e acabado e nem eterno, é uma construção histórica e em disputa. Nesse sentido, chamo atenção para alguns níveis de entendimento, como:

- a) nível dos *dispositivos de disciplinamento, ordenamento e gestão*;
- b) nível dos *projetos, programas e políticas oficiais*;
- c) nível da *infraestrutura* e
- d) *publicidade e propaganda*.

Ao nível dos *dispositivos de disciplinamento, ordenamento e gestão* da unidade de conservação para a realização da atividade turística, destaco o fator dos dispositivos do SNUC, Plano de Manejo e o Plano de Uso Público do PNLN, que passo agora a refletir.

O Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), criado pela Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000, é considerado como uma conquista na legislação ambiental brasileira, representando avanços nas diretrizes e procedimentos para criação, implantação e gestão de unidades ou áreas particulares destinadas à conservação, oferecendo “uma visão integrada do conjunto de unidades de conservação no território brasileiro” (MEDEIROS e ARAÚJO, 2011, p. 9). Segundo o Ministério do Meio Ambiente (MMA), o SNUC foi concebido como uma maneira de potencializar o papel das UCs, a partir do princípio do planejamento e administração integrados e diversificados diante das diferenças ecológicas de espécies, biomas, habitats e ecossistemas brasileiros, e da gestão participativa entre as diferentes esferas do poder público e da sociedade.

A Lei do SNUC organiza as UCs por categorias de manejo, dividindo-as em dois grandes conjuntos e duas formas de uso: as Unidades de Proteção Integral, de uso indireto dos recursos naturais – Estação Ecológica, Reserva Biológica, Parque Nacional, Monumento Natural e Refúgio de Vida Silvestre – e as Unidades de Uso Sustentável, de uso direto dos recursos naturais – Área de Proteção Ambiental, Área de Relevante Interesse Ecológico, Floresta Nacional, Reserva Extrativista, Reserva de Fauna, Reserva de Desenvolvimento Sustentável e Reserva Particular do Patrimônio Natural. O SNUC é constituído peço conjunto de UCs nos âmbitos federal, estadual e municipal.

A referida Lei é explícita em indicar que um dos seus objetivos é favorecer condições e promover o contato com a natureza por meio do turismo ecológico (Artigo 4º, Parágrafo XII). Conforme seu Artigo 11º, especifica que o Parque Nacional tem como objetivo fundamental a preservação de ecossistemas naturais de grande relevância ecológica e beleza cênica, em que é possível a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação em contato com a natureza e de turismo ecológico. O Parágrafo 1º do Artigo 11º diz que o Parque Nacional é de posse e domínios públicos, de modo que as áreas particulares incluídas nos limites delimitados para esta UC, devem ser desapropriadas. O Parágrafo seguinte, especifica sobre a visitação pública nos PARNA, que está sujeita às normas e

restrições estabelecidas e inscritas no Plano de Manejo da unidade e pelo órgão responsável por sua administração.

Medeiros e Araújo (2011) explicam que o termo uso público pode ser compreendido como uma forma de utilização e aproveitamento das unidades de conservação de proteção integral, por meio dos âmbitos da visitação, independente da motivação do visitante que pode ser, entre outros, a de contemplação, recreação, esporte, observação de espécies, ou do turismo, conforme as diferentes segmentações, como o ecoturismo, turismo de aventura etc.

Para o MMA, o SNUC traz benefícios para a sociedade mediante os usos permitidos para cada categoria de UC, entre eles o turismo nas áreas que permitem tal atividade.

As diferentes categorias de manejo reúnem inúmeras possibilidades de conservação e uso sustentável, contribuindo de maneira significativa com a oferta de serviços ecossistêmicos, como turismo, conservação do solo, uso racional dos recursos madeireiros e não madeireiros (sementes, frutos, resinas, entre outros), proteção de mananciais de abastecimento público, preservação de conhecimentos tradicionais, manutenção *in loco* do maior banco genético do mundo e conservação de locais de belezas cênicas singulares, entre outros.

Nesse sentido, para o MMA, o turismo se destaca em termos de contribuição significativa para o processo de conservação e uso sustentável das unidades de proteção integral que ocupam um pouco mais de 3% do território brasileiro, segundo levantamentos do Instituto Socioambiental (ISA – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público/Oscip). Na tabela abaixo podemos conhecer quantitativamente a divisão das unidades de proteção integral:

Quadro 7: Unidades de Conservação federais por categoria no Brasil

Categoria	Quantidade	Área Oficial (ha)	% da Área em Relação à Área Total de Ucs	% da Área Oficial em relação a área Brasil
Proteção Integral				
ESEC	32	7.483.266	4,501	0,879
MONAT	5	11.686.598	7,030	1,372
PARNA	75	26.849.168	16,150	3,153
REBIO	31	4.339.346	2,610	0,510
RVS	9	298.941	0,180	0,035
Total Proteção Integral (Federais)	152	50.657.309	30,471	5,949

Fonte: Instituto Socioambiental/ISA, s/d.⁸⁴

Conforme Gurgel et al (2011), o turismo ligado à existência de UCs constitui um fator importante para fortalecer e dinamizar as economias local e regional onde estão inseridas. Na visão dos autores, consoante a isso, o turismo fortalece a sensibilização ambiental no imaginário social e representa um enorme impacto econômico nacional mediante as atividades de uso público em unidades de conservação integral.

Dessa forma, Medeiros et al (2011), indicam que o turismo em UCs tem sido promovido como “uma atividade capaz de conciliar conservação e uso sustentável da biodiversidade, que pode gerar alternativas econômicas para as populações locais, novas receitas para a manutenção destas áreas, além do apoio público para a sua proteção” (p. 64). Consideram, ainda, que o uso público em UCs de proteção integral deve suscitar o debate público sobre os diferentes instrumentos de planejamento e gestão que exercem influência na construção de políticas públicas voltados ao turismo e à proteção da natureza.

O Plano de Manejo é um documento técnico orientador imprescindível para o funcionamento e desenvolvimento das UCs, que estabelece as normas, restrições e ações referentes às formas de manejo dos recursos naturais dessas áreas protegidas zoneadas. Sua elaboração deve se basear em estudos interdisciplinares e diagnósticos do meio físico, biológico e social. O manejo de UCs se refere ao conjunto de ações necessárias para o desenvolvimento dos objetivos dessas unidades, que incluem atividades previstas no SNUC, que promovam e garantam a conservação da natureza.

⁸⁴ Disponível em: <<https://uc.socioambiental.org/pt-br/paineldedados#unidades-da-federao>>. Acesso em 13 de jan. 2023.

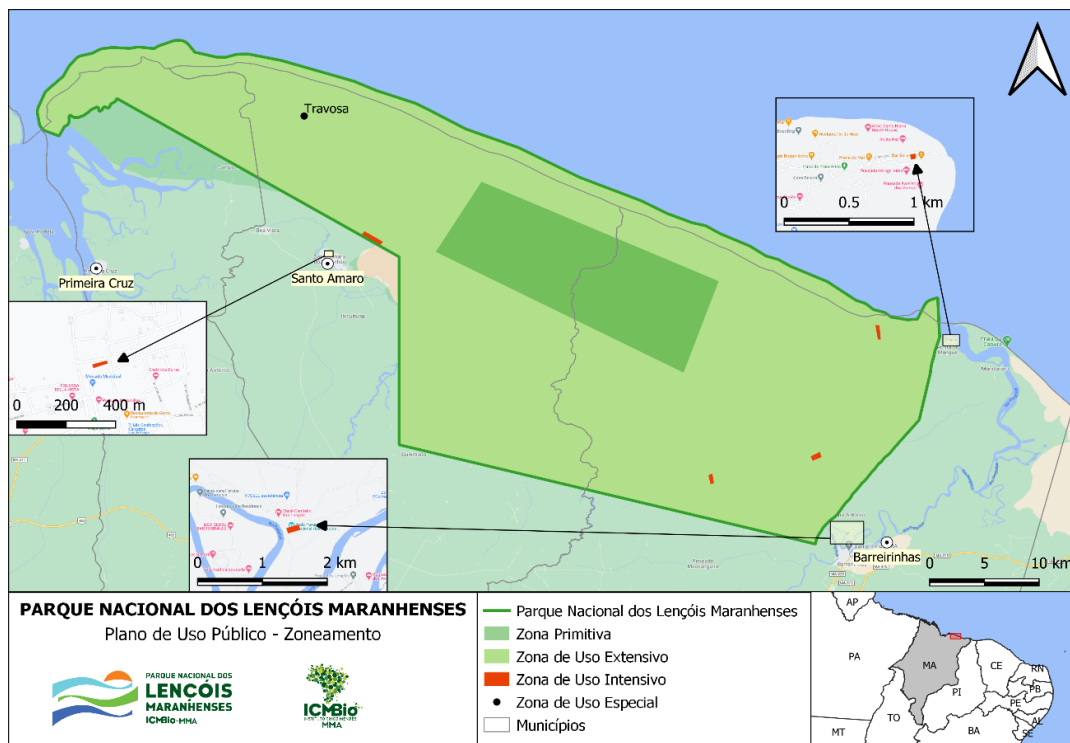
No caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, o seu Plano de Manejo foi homologado pelo IBAMA pela Portaria nº 48/03-N, de 15 de setembro de 2003, e alterado pelo ICMBio pela Portaria nº 99, de 18 de fevereiro de 2022, depois de um longo processo de discussão e busca por melhorias do documento (FERREIRA, 2013). A elaboração do documento técnico, conforme indica Ferreira (2013), teve como base as informações obtidas e dados produzidos no contexto dos instrumentos da Avaliação Ecológica Rápida e da Oficina de Planejamento que ocorrem em 2001, contando com a participação das comunidades dos municípios integrantes e vários segmentos da sociedade. Nesse contexto, foram realizados os estudos de zoneamento do PNLM para fins de planejamento do uso do solo e gestão ambiental das áreas demarcadas.

O Plano de Uso Público (PUP) é um plano específico integrante do Plano de Manejo, que no caso do PNLM data de 2022, após um longo processo de revisão. Segundo informa o ICMBio, o PUP é um documento técnico não normativo e pragmático que contempla estratégias, diretrizes e prioridades de gestão, como incentivar o uso público, orientar as práticas do manejo, aprimorar e diversificar as oportunidades de visitação da UC. O PUP, conforme o ICMBio, pode ter complementações por instrumentos de gestão como:

programa de monitoramento da visitação, protocolo de gestão de segurança, protocolo operacional de visitação, projeto de manejo de trilhas, projeto de sinalização, contrato de concessão, autorizações, entre outros que, após aprovados, são automaticamente incorporados ao portfólio do PUP (ICMBio, 2022, p.7).

É interessante notar que o texto do PUP faz uma contextualização do PNLM caracterizando-o primeiramente como um *destino turístico*, antes de apresentá-lo como uma UC, indicando que a “promoção da região como *destino turístico* tem sido feita pelos governos federal, estadual e municipal que veem no turismo uma alternativa econômica viável para a região” (ICMBio, 2022, p. 9). A caracterização do PNLM, seja como *destino turístico* ou UC, é também feito através de mapas de zoneamento de áreas (Mapa 1) e polos de atrativos (Mapa 2).

Figura 30: Mapa de Zoneamento de áreas do PNLM



Fonte: ICMBio, 2022.

O PNLM considera quatro zonas como indicadas no Mapa 1, assim divididas e nomeadas (ICMBio, 2022, p. 18):

Zona Primitiva: compreende as áreas naturais que apresentam pequena intervenção humana. Este ecossistema contém espécies da flora e da fauna e fenômenos naturais de alto valor ligado à biodiversidade e de grande valor científico. Suas características ambientais e de localização indicam um alto potencial e importância à conservação, contemplação, observação, exploração dos sentidos humanos e à pesquisa científica e educacional. O objetivo geral de manejo é preservar o ambiente natural e ao mesmo tempo facilitar as atividades de pesquisa científica, educação ambiental e proporcionar formas primitivas de recreação.

Zona de Uso Extensivo: aquela constituída em sua maior parte por áreas naturais, podendo apresentar algumas alterações antropogênicas. Caracteriza-se como uma área de transição entre a Zona Primitiva e a Zona de Uso Intensivo. O objetivo do manejo é a manutenção de um ambiente natural com mínimo impacto humano, apesar de oferecer facilidade e acesso públicos para fins educativos e recreativos.

Zonas de Uso Intensivo: constituída por áreas naturais ou alteradas pelo homem. O ambiente deverá ser mantido o mais próximo possível do natural, devendo conter áreas destinadas para o uso público. O objetivo geral do manejo é o de facilitar a recreação intensiva e educação ambiental em harmonia com o meio e oferecer infraestrutura e equipamentos para as atividades de administração e fiscalização.

Zona de Uso Especial: contém áreas necessárias à administração, manutenção e serviços do Parque Nacional. Estas áreas são escolhidas e controladas de forma a não conflitem com seu caráter natural. O objetivo geral de manejo é minimizar o impacto da implantação das estruturas ou dos efeitos das obras no ambiente natural ou cultural do Parque.

As quatro zonas do PNLM contemplam seis polos de atrativos turísticos como indicadas no Mapa 2, assim divididas e nomeadas pelo ICMBio (2022, p. 24-42):

Polo Oásis: caracteriza-se por duas manchas de vegetação no interior do campo de dunas na região central da unidade de conservação, que representam verdadeiros oásis. Compreende as comunidades Queimada dos Britos e Baixa Grande, além de dunas e lagoas interdunares adjacentes. Trata-se da Zona Primitiva do parque, ou seja, tem como objetivo proporcionar apenas formas primitivas de recreação e manter pequena intervenção humana. A caminhada é a atividade que tem maior ligação com a vocação turística da região e os oásis são o ponto de pernoite para os visitantes que realizam as Travessias.

Polo Lagoas: Faz parte do Município de Barreirinhas, que possui a maior estrutura para recepção de visitantes, onde está localizada a sede administrativa da unidade de conservação. A área abriga campos de dunas livres, lagoas interdunares, vegetação de restinga, áreas úmidas e metade do rio Negro em seu curso no interior do parque, onde se forma a Lagoa da Esperança. Localiza-se em sua maior parte na Zona de Uso Extensivo com pequenos polígonos de Zona de Uso Intensivo, dada a grande demanda de visitação. A região concentra os principais e mais tradicionais atrativos do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: Lagoa Azul e Lagoa Bonita.

Polo Atins: O povoado Atins faz parte do município de Barreirinhas. Historicamente ocupada por pescadores tradicionais, a região tem se tornado um importante destino para praticantes de *kitesurf*. Nos últimos anos cresceu a demanda de visitação bem como a estrutura para recepção de visitantes no povoado que está parcialmente inserido nos limites do parque. Possui extensa praia, campo de dunas livres com lagoas interdunares, campos de restingas, pequenos cursos fluviais e afloramentos

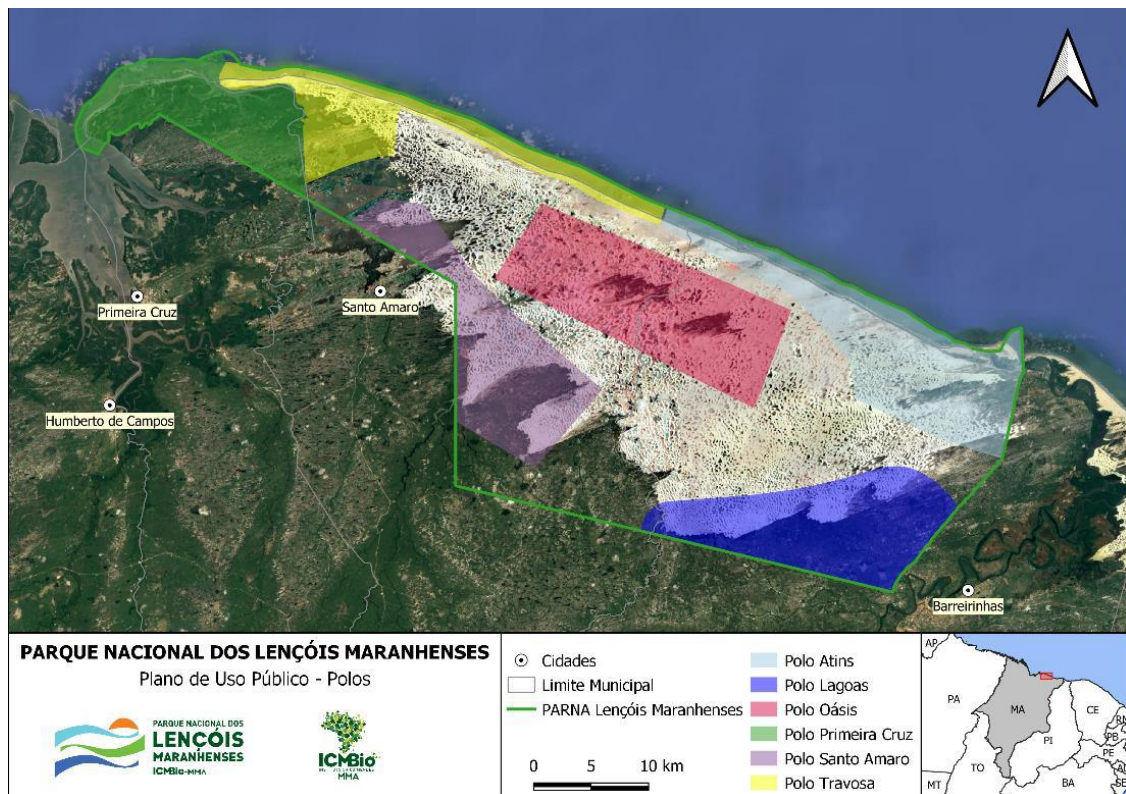
de paleomangue na foz do Rio Negro que, durante estação chuvosa, formam pequenas cachoeiras. É composto em sua maior parte por Zona de Uso Extensivo com um polígono de Zona de Uso Intensivo.

Polo Santo Amaro: O município de Santo Amaro teve seu acesso asfaltado em 2017, desde então passou a ser a localidade limítrofe ao parque de mais fácil acesso a partir de São Luís o que conseqüentemente incrementou a demanda de visitantes. A área abriga campos de dunas livres, lagoas interdunares, vegetação de restinga e corpos hídricos como o Rio Alegre e Lago de Santo Amaro. Os atrativos estão próximos a cidade e podem ser acessados a pé, com veículo 4x4 autorizado ou em pequenas embarcações. É composto em sua maior parte por Zona de Uso Extensivo com um polígono de Zona de Uso Intensivo.

Polo Travosa: O povoado Travosa integra o município de Santo Amaro e está totalmente inserido nos limites do parque. Região historicamente ocupada por pescadores tradicionais, está desenvolvendo Turismo de Base Comunitária para atender a demanda de visitantes. Ambiente propício para surf em alguns períodos do ano e também um destino para praticantes de kitesurf, funcionando como ponto de apoio para o *downwind* que parte de Atins. Este polo diferencia-se dos demais pela grande diversidade de ambientes: manguezais, restinga, lago, praias e campos de dunas livres com lagoas interdunares. É composto por Zona de Uso Extensivo e Zona de Uso Especial.

Polo Primeira Cruz: O principal acesso ao município de Primeira Cruz é fluvial. A dificuldade de acesso é um fator que contribui para o baixo desenvolvimento turístico da região. No entanto possui grande potencial relacionado à estruturação de atividades aquáticas. Este polo é uma das regiões mais conservadas e de grande apelo paisagístico, em função da diversificação dos ambientes, associando praias, estuário, planícies, manguezais, restinga, lagos, buritizais e carnaubais. É composto exclusivamente por Zona de Uso Extensivo.

Figura 31: Mapa da indicação dos polos turísticos do PNLM



Fonte: ICMBio, 2022.

Ao nível dos *projetos, programas e políticas oficiais* relacionados à questão turística que impactam diretamente o PNLM, destaco o Programa Turismo nos Parques (BRASIL, 2008), Projeto de roteiro turístico integrado *Rota das Emoções* e a política oficial do Governo Federal *Programa de Parcerias de Investimentos*.

O *Programa Turismo nos Parques* é uma ação do Estado brasileiro, que busca estruturar e promover o turismo no âmbito dos parques inseridos no SNUC, resultado do Grupo de Trabalho Interministerial (GTI), composto pelo ICMBio, Ministério do Turismo, Ministério do Meio Ambiente e EMBRATUR, com instituição em 2006. Tal programa proporcionou uma “maior compreensão sobre as esferas de atuação e prioridades de cada instituição e possibilitou uma visão crítica, objetiva e coerente sobre a relação entre as etapas de planejamento, estruturação e promoção do turismo nos Parques Nacionais” (BRASIL, 2008, p. 6). Foram priorizados cinco parques nacionais: Aparados da Serra (RS/SC) Chapada dos Veadeiros (GO), Serra dos Órgãos (RJ), Serra da Capivara (PI), Jaú (AM) e Lençóis Maranhenses (MA). Outros quatro Parques – Parque Nacional do Iguaçu (PR) Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha (PE) Parque

Nacional Marinho dos Abrolhos (BA) Parque Nacional da Tijuca (RJ) –, onde a atividade turística é significativa, contarão com investimentos em parceria com a iniciativa privada.

Rota das Emoções é um projeto apresentado e desenvolvido pelo Ministério do Turismo em parceria com o Sebrae, em 2005, que estabelece um roteiro turístico integrado para incentivar e promover o turismo pelo litoral de três estados do nordeste brasileiro: Ceará, Piauí e Maranhão, em um percurso de mais de 600 km. A capacidade deste programa se mostra potente na inserção do PNLM em um roteiro turístico amplo. Alguns dos turistas que entrevistei me relataram que estavam chegando aos “Lençóis Maranhenses” como último trecho deste roteiro integrado.

O Programa de Parcerias de Investimentos (PPI), criado pela Lei nº 13.334, em 2016, com o objetivo de ampliar e fortalecer a relação entre o Estado brasileiro e a iniciativa privada por meio de contratos de parceria, bem como outras ações de desestatização. Em 2019, parques nacionais passaram a figurar como áreas incluídas no PPI, que o Estado brasileiro, em parceria com o setor privado, busca promover a viabilização da prestação de serviços de apoio à visitação, diante da potência dessas áreas como atrativo turístico, principalmente nos últimos anos, como vimos no início deste capítulo. O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, juntamente com o Parque Nacional de Jericoacoara e o Parque Nacional do Iguaçu foram qualificados no PPI e incluídos no Programa Nacional de Desestatização (PND) pela Resolução CPPI nº 79, de 21 de agosto de 2019.

Ao nível da *infraestrutura* destaco principalmente a criação de um conjunto de infraestrutura, principalmente nos municípios de Barreirinhas e Santo Amaro, que visam incrementar o fluxo turístico e garantir o acesso aos atrativos do PNLM. A principal infraestrutura que consolidou o turismo no PNLM foi a implantação da rodovia BR MA 402, no início dos anos 2000, que interliga a capital São Luís ao Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e à Rota das Emoções. Mais recentemente, considerando os anos de 2018 a 2021, o Governo do Estado do Maranhão em parcerias com outras esferas do poder público, construiu várias infraestruturas que facilitaram o acesso e o fluxo turístico, como por exemplo, a escadaria que facilita o acesso ao campo de dunas do circuito Lagoa Bonita, em Barreirinhas e outros projetos de reurbanização na sede deste município⁸⁵. Em

⁸⁵ Sobre isso ver: <<https://www3.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=307360>> Acesso em 13 de jan. de 2023.

Santo Amaro se destacam as obras da pavimentação da MA-302, entre o povoado Sangue e à sede do município, a ponte sobre o Rio Alegre e o espaço urbano da Beira Rio⁸⁶.

Conforme relato de um dos guias entrevistados em Santo Amaro, o asfaltamento do pequeno trecho da MA-302 foi fundamental para que aumentasse o fluxo de turistas naquela localidade do PNLM.

E: esse ramal ajudou muito, da BR pra cá, esse pedaço asfaltado. Aqui era muito difícil o acesso, fazia em 2 horas ou mais esse trecho, agora você vê, são 36 km e faz em vinte, vinte e dois minutos, por aí... então, pra gente facilitou muito, então, depois disso aí melhorou muito aqui (Guia, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022)

Outra obra de infraestrutura fundamental para o acesso ao PNLM é o Aeroporto de Barreirinhas. Construído em 2008, seu registro foi homologado pela Agência Nacional da Aviação Civil (Anac) em janeiro de 2014. Por volta de 2009 havia uma única pista operacional em atividade para aviões de pequeno porte, mas foi interdita⁸⁷. Somente em 2021, no final daquele ano, em novembro, é que foi inaugurado junto com outras obras voltadas ao setor turístico como o Centro de Atendimento ao Turista, a Superintendência de Turismo dos Lençóis Maranhenses e uma estrutura para venda do artesanato local. No ano seguinte, em 2022, foram inaugurados o Terminal de Passageiros do Aeroporto e o Centro de Convenções de Barreirinhas.

O nível da *publicidade e propaganda* é complexo e extenso quando pensamos relacionado à questão turística do PNLM, abordado minuciosamente no trabalho de Rodrigues (2013), e embora já tenha salientado alguns exemplos dessa questão ao longo deste trabalho, penso alguns recortes recentes de narrativas e imagens que são apropriadas por diferentes agentes e atores como uma publicidade/propaganda que reforçam o PNLM como um destino turístico, de modo que este nível funciona como um mecanismo que expande o alcance do PNLM no imaginário coletivo e na lista de desejo/consumo de viagens.

⁸⁶ Sobre isso ver notícias, em: <<https://www3.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=232917>>; <<https://www3.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=315039>> <<https://www.ma.gov.br/noticias/governador-carlos-brandao-inaugura-beira-rio-em-santo-amaro-e-vistoria-obras-na-ma-320>>. Acesso em 13 de jan. de 2023.

⁸⁷ Ver: <[http://antigo.turismo.gov.br/2020/17-ultimas-noticias/1083-aeroporto-de-barreirinhas-\(ma\)-vai-estimular-o-turismo.html](http://antigo.turismo.gov.br/2020/17-ultimas-noticias/1083-aeroporto-de-barreirinhas-(ma)-vai-estimular-o-turismo.html)>.

O primeiro recorte se trata de uma matéria jornalística. O jornal The New York Times publica o ranking de “Places to Go” (“Lugares para ir”) em sua sessão de viagens, desde 2006, para motivar seus leitores a explorar alguns lugares do mundo durante o respectivo ano de publicação da referida lista. Recentemente, nos primeiros dias de janeiro, o jornal lançou a lista “52 Places to Go in 2023”, colocando o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses em 11º lugar. Manaus, capital do Amazonas, aparece em 41ª colocação. O PNLM é assim descrito pela jornalista Shannon Sims, a partir da sua experiência de viagem nesta unidade de conservação:

Quer sentir que viajou tão longe que está apenas vagamente conectado à Terra? Bem-vindo aos Lençóis Maranhenses, um horizonte de dunas de areia branca e ondulante que se erguem ao sol e descem para lagoas verdes e azuis sobrenaturais cheias de água da chuva. [...] Desça as dunas mergulhando nas piscinas naturais. Atravesse a área a cavalo, parando em um “oásis” ao longo do caminho. Ou fique hipnotizado por sua imensidão em um passeio de helicóptero. É o antídoto para aquela sensação claustrofóbica da era Covid - uma vasta paisagem lunar sem fronteiras onde você pode vagar selvagem e livremente⁸⁸ (g.n.).

O relato da jornalista, dessa forma, descreve o *espaço do viajante* (AUGÉ, 2012) por meio de atributos e qualificadores dos elementos que o compõe como um “horizonte”, “tão longe”, que quase se desconecta da Terra, que causa “hipnose” ao se olhar para sua paisagem “sobrenatural”, “lunar” e “sem fronteiras” de imensas dunas de areia branca e lagoas de cores azuis e verdes “sobrenaturais”, em que se pode “vagar” de forma “selvagem” e “livre”. O PNLM é intitulado apenas como “Lençóis Maranhenses”, sugerindo-o como um espaço natural para destino turístico, apenas. O relato da jornalista, ao ser lido antropologicamente, reforça o PNLM como um *não lugar* (AUGÉ, 2012), sem identidade, sem história, sem memória, sem gente, sem Outros. Os imperativos utilizados “desça”, “atravesse”, “vague”, também chamam atenção para a questão aponta por Augé (2012), a do *deslocamento* solitário que ocorre no *não lugar*, marcado pela falta de relações que gerem raízes e memórias com os lugares. Outro aspecto interessante da narrativa da jornalista é a classificação do PNLM como “antídoto” para “aquela sensação claustrofóbica da era Covid”. Neste caso, o PNLM não é um lugar (natural) turístico em

⁸⁸ Utilizei como fonte: <<https://www.ma.gov.br/noticias/the-new-york-times-destaca-os-lencois-maranhenses-entre-os-melhores-destinos-turisticos-para-visitar-em-2023>>. Acesso em 13 de jan. de 2022. A reportagem do NYT está disponível em: <<https://www.nytimes.com/interactive/2023/travel/52-places-travel-2023.html>>.

si, mas uma representação da natureza como solução, como redentora dos males da humanidade, um retorno ao paraíso, como vimos no capítulo anterior. Essa representação convence rapidamente através da experiência comum à consciência coletiva mundial, a da Covid-19, e tão logo, ao fim do relato, o leitor já realizou seu primeiro consumo da natureza do PNLM.

Não menos impactante que as palavras, as imagens também exercem um papel importante nesse processo de convencimento dos leitores. Foi utilizada a fotografia do fotógrafo norte-americano Scott Baker, que ao nível da visualidade, dialoga com a narrativa da jornalista, enquadrando o lugar apenas em seus elementos naturais: dunas de areia alva, com alguns pontos úmidos, com sulcos e desenhos que parecem o solo de algum outro planeta, lagoa colorida entre o verde e o azul, um pouco do céu carregado de nuvens, indicando que a pouco descarregou chuva.

Figura 32: Fotografia de Scott Baker do PNLM para o *ranking* “Places to go in 2023”



Fonte: Internet, 2022.

A imagem, estrategicamente, parece colocar o expectador na cena, olhando para a paisagem, a partir das linhas e quadrantes da fotografia⁸⁹. Neste caso, não é uma imagem

⁸⁹ Imagem extraída em: <<https://imirante.com/noticias/barreirinhas/2023/01/13/the-new-york-times-destaca-os-lencois-maranhenses-entre-os-melhores-destinos-turisticos-para-visitar-em-2023>>. Acesso em 13 de jan de 2022.

qualquer, mas uma *imagem induzida*, resultado da promoção turística do lugar (BIGNAMI, 2002) no espaço jornalístico.

Esta notícia foi reproduzida nos principais veículos da mídia brasileira, além de figurar como destaque nas páginas oficiais do poder público maranhense e da União. Foi reproduzida também em redes sociais de agências de turismo que vendem pacotes de viagem para este destino não apenas como “notícia relevante que dá orgulho”, mas também como trunfo propagandístico extremamente eficaz.

O segundo recorte, embora apenas as enumere, trata-se de produções cinematográficas e de teledramaturgia, produtos importantes na indústria do entretenimento de massa, que utilizaram o PNLM como cenário para a contação de suas histórias, realizadas ao longo de duas décadas, que contribuíram decisivamente para a construção de uma visualidade sobre o PNLM, com impacto na percepção da UC como destino turístico. Por ordem cronológica, conforme meus levantamentos, temos:

2001: O Clone (telenovela)

2004: Da Cor do Pecado (telenovela)

2005: Casa de Areia (longa-metragem)

2009: Cama de gato (telenovela)

2013: Saramandaia (telenovela – refilmagem)

2014: Ecce Homo: o Exílio (curta-metragem)

2018: Vingadores: Guerra Infinita (longa-metragem)

2022: Travessia (telenovela)

2022: Betânia (longa-metragem – fase de pós-produção)

O terceiro recorte é sobre a indicação do PNLM na disputa por títulos internacionais relacionados à valorização da natureza e suas belezas. O primeiro deles é o “Sete Novas Maravilhas Naturais do Mundo”, organizado e promovido pela fundação suíça “7 New Wonders”, com início em 2007 e resultado em 2012. O PNLM figurou como um importante candidato, mas não chegou à etapa final. Naquele mesmo ano, a Revista *Época*, da Editora Globo promoveu nacionalmente, entre os internautas, votação para escolha da maravilha natural brasileira: o PNLM alcançou a primeira colocação, com 30%⁹⁰. O segundo título é o de Patrimônio Natural da Humanidade, organizado pela ONG World Heritage Watch. A divulgação dessa importante indicação nos primeiros dias do

⁹⁰ Sobre isso, ver: <<https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/parque-lencois-maranhenses-disputa-titulo-sete-maravilhas-naturais-do-mundo>>. Acesso em 13 de jan. de 2023.

ano de 2023 foi festejada pelo Estado brasileiro. A fala do atual Secretário de Estado do Turismo do Maranhão (Setur-MA), Paulo Matos, é sintomática na constituição dessa indicação como uma incorporação simbólica importante para o setor turístico. Em seu pronunciamento disse “Os Lençóis Maranhenses, com o título de Patrimônio Natural da Humanidade, nos dará maior visibilidade turística, principalmente internacional”⁹¹.

Todos esses níveis acima descritos nos servem para refletir sobre o processo de constituição e consolidação dos *lugares turísticos*, através de forças sociais e simbólicas que concorrem para a sua fabricação como algo que se difere do cotidiano e alçado a uma condição especial, mágica, sobrenatural etc. O PNLM como um “lugar turístico” é assim construído por diferentes níveis que atuam em diferentes esferas para a sua realização, conformando a natureza em mercadoria a ser consumida turisticamente.

4.3 A constituição da natureza comodificada por agências e guias: o processo de fabricação de produtos turísticos no PNLM

Desenvolvo neste tópico, a partir dos dados produzidos por meio do trabalho de campo, nas localidades do PNLM, Barreirinhas e Santo Amaro, uma análise sobre o papel de agências e guias como agentes de fabricação da mercadoria natureza comodificada da natureza. Busco identificar quais são os produtos turísticos ofertados, como desenvolvem suas atividades, quais as narrativas e visualidades utilizadas e as estratégias construídas, e suas especificidades no jogo das disputas e busca pela distinção, através de produtos turísticos do PNLM, que foram identificados.

As agências e guias serão identificados por localidade a fim de preservar a identidade desses agentes diante de um contexto de concorrência econômica e permitir uma melhor margem de liberdade nas reflexões a serem desenvolvidas. As entrevistas realizadas foram realizadas a partir de um roteiro prévio, e conduzidas de forma semiestruturada, permitindo a inclusão de novas perguntas e respostas geradas a partir da interação da pesquisadora com seus interlocutores. A classificação desse rico material me

⁹¹ Disponível em: <<https://www.ma.gov.br/noticias/lencois-maranhenses-concorrem-ao-titulo-de-patrimonio-natural-da-humanidade>>. Acesso em 13 de jan. de 2023.

permitiu apreender certas ocorrências, padrões, similaridades, mas também questões específicas, mediante o entrelaçamento de narrativas, práticas e visualidades, que serão expostas a partir de agora, a partir da indicação de pontos de referência desse amplo processo da natureza transformada em mercadoria.

Tendo em vista que existe um mercado turístico na referida unidade de conservação, em que a natureza é a sua matéria-prima por excelência, é necessário entender como os produtos turísticos daí advindos são construídos, ofertados e vendidos. Entretanto, estamos diante de um conceito fundamental do campo do Turismo, que demanda uma perspectiva interdisciplinar a ser adotada para percorrer este trabalho, sendo minha intenção apenas mobilizar esse conceito permitindo seu trânsito para o olhar antropológico. É importante notar que não existe uma definição única e definitiva, mas variável conforme a compreensão dos seus autores, portanto, em disputa. Diante disso, adoto a compreensão de Cardozo (2006) que define produto turístico como:

Uma das razões de ser do mercado turístico, compõe a oferta e atende à demanda. Pode-se definir o produto turístico como os bens e serviços prestados e passíveis de comercialização e fruição, englobando as atrações turísticas, os serviços de hospedagem, a alimentação, o transporte, os guias e outras amenidades e serviços encontrados nas localidades turísticas (CARDOZO, 2006, p. 147).

Essa definição é interessante porque permite pensar meu contexto de pesquisa, de modo a compreender que, por exemplo, dunas e lagoas, em si, não representariam “produtos turísticos”, mas todo o conjunto de relações, mecanismos e ferramentas tangíveis e intangíveis necessários para que ocorra a visitação e consumo desses atrativos. Dessa forma, o produto turístico é apenas um dos elementos para pensar a constituição da natureza comodificada por agências e guias.

Antes mesmo de identificar os produtos turísticos que são ofertados no mercado turístico do PNLN, é preciso refletir dois componentes importantes que dinamizam e interferem nesse tipo de mercado: o primeiro componente pode ser colocado em termos da dupla relação entre expectativa e imaginário do turista antes da viagem, o segundo componente trata das relações de poder presentes na transação turística.

O primeiro componente pode ser resumido pela fala de uma das entrevistadas, atendente de Agência, quando pontuou que:

E: normalmente assim, muitos turistas só olha na internet. Muito do que está na internet não é uma realidade daqui. Às vezes tem o Circuito Atins. Lá na internet disse que tem uma cachoeira, aí eles olham e dizem “eu quero esse passeio porque tem a cachoeira”. Aí eu falo “não é uma cachoeira! É só uma queda d’água que fica que fica tipo numas pedras perto da praia, quando as Lagoas estão muito cheias na época de inverno, aí elas transbordam e vão descendo, aí tem a sensação de uma queda d’água”, aí o pessoal pensa que é uma Cachoeira. Aí já vem com isso na mente... (Atendente de Agência, Barreirinhas, 27 de julho de 2022)

A entrevistada chama atenção sobre a questão das expectativas do turista sobre os lugares criadas a partir de um imaginário alimentado pela “internet”, que não corresponde à realidade local. Ao citar o exemplo da “cachoeira” do circuito Atins – a cachoeira se chama *Cachoeira do Bonzinho* (nome dado pelos pescadores da região) –, que na internet é denominada como “cachoeira”, mas que é um fenômeno circunscrito ao período do inverno (geralmente entre abril e meados de junho), em que certo volume de água enche as lagoas, que por sua vez *arrebentam* ou *estouram*, isto é, rompem em direção ao mar, e por conta do desnível entre as dunas e a praia, cria-se uma sensação de cachoeira. A entrevistada conta que explica esse fenômeno aos turistas a fim de desmistificar a ideia da existência de uma cachoeira permanente no meio das dunas.

Em outra agência também em Barreirinhas, que oferece este atrativo em seu portfólio, o guia assim explicou sobre o fenômeno da “cachoeira”:

Normalmente tu vais encontrar ela [a cachoeira] de abril a junho, mas já teve ano que já começou em fevereiro, porque depende das chuvas, porque como o lençol está encharcado, é freático, então, quando começa a chover, começa já a encher as lagoas, então, elas já arrebentam e aquela água toda elas [as lagoas] jogam pro mar. A cachoeira só forma devido às lagoas que *arrebentam*. Se não *arrebentar* nenhuma lagoa não tem cachoeira. Uma vez eu tive uma experiência muito bacana, eu estava uma vez em Atins e uma lagoa tinha acabado de *estourar*, e aí parte do meu corpo estava na água doce e uma parte na água salgada. Então, a cachoeira acontece nesse período... (Guia de Agência, Barreirinhas, 26 de julho de 2022).

Na imagem⁹² abaixo podemos observar o fenômeno da “cachoeira” no ambiente de dunas na região de Atins.

⁹² Foto de usuário do Pinterest. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/853784041847477309/>>. Acesso em 13 de jan. 2022.

Figura 33: Atrativo “Cachoeira do Bonzinho”, do circuito Atins, Barreirinhas



Fonte: Pinterest, 2022.

Este exemplo da ilusão/realidade da “cachoeira” em meio a um campo de dunas remete para a *Superindústria do Imaginário* (BUCCI, 2021), própria do nosso tempo, em que as imagens acessíveis em todas as telas e linguagens que trafegam pelos meios de comunicação são impregnadas de valor de troca – a “cachoeira” pode ser consumida pela compra do circuito Atins –, que se tornam produtos (a “cachoeira” é um atrativo ofertado pelas agências), que atravessam a imaginação das pessoas (p. 24), arrebanhando o olhar para determinadas direções e sentidos. Destarte, Bucci (2021) aponta que o capital, além de explorar a força de trabalho humana,

[...] aprendeu a explorar o olhar, se deu conta de que o olhar não é simplesmente um polo receptor das mensagens ou imagens prontas, mas uma força constitutiva de sentido social. É o olhar que fixa os sentidos que as imagens têm. A ação de olhar, mais do que ver isso ou aquilo, é tecer um sentido para isso e aquilo (BUCCI, 2021, p. 22)

Cultivar o imaginário de que tem uma “cachoeira” nos “Lençóis Maranhenses” – “lá na internet disse que tem uma cachoeira, eu quero esse passeio porque tem a cachoeira” – é inclui-la simbolicamente no *espaço do viajante*, do qual nos fala Augé

(2012), porque o turista está operando as imagens em termos da ordem espetacular, que inverte o real, criando uma nova realidade no espetáculo (DEBORD, 1997, p. 15).

O segundo componente, o das relações de poder, é interessante de levar em conta, não somente o poder econômico que permite ao turista comprar determinados passeios, mas também o poder das agências em sugerir determinados roteiros, como é o caso dos chamados “pacotes fechados” ou os de “bate-volta”, bem como em definir os meios de realização dos passeios (transporte, horários, regras), pois existem alguns produtos ofertados que dependem do trabalho e disponibilidade de terceiros. Uma das atendentes de uma das agências, em Barreirinhas, explicou essa situação, quando relatou que:

E: o cliente chega e quer fechar, a gente não fecha, só quando é um pacote com vários passeios. Ele já fecha um pacote de longe, já fecha no lugar onde eles estão já, pra viagem, tipo daqui a um mês, daqui a dois meses, entendeu? Aí dá pra gente se organizar e fechar o pacote. Até porque, depende muito de disponibilidade. Como esses passeios Lagoa Azul, Lagoa Bonita, Caburé, é algo que a gente faz, então todo dia tem saída. Já o sobrevoo, o quadriciclo, eles são passeios terceirizados por outras empresas que prestam esse serviço (Atendente de Agência, Barreirinhas, 27 de julho de 2022).

O turista, neste caso, não tem autonomia completa para “conhecer” o PNLM, *não quebra* o círculo hermenêutico do olhar turístico (URRY, 2001; MAOUNI, 2020), sua visitação está atrelada à organização de um roteiro previamente sugerido e em muitos casos já definido pelas agências, porque em algumas situações (como é o caso da agência em que trabalha a entrevistada), determinadas agências operam em regime de interdependência com agentes terceirizados. Ao nível do trabalho de guias nos passeios, isso se efetiva. Quando solicitei a um dos guias que me explicasse como eram realizados os passeios, ele me relatou que:

E: [...] até porque não dá tempo de fazer todas as lagoas em um único período... [...] aí, só se for de trekking, mesmo assim, só vai conhecer aquelas lagoas que estão dentro da travessia e tem oportunidade de conhecer alguns oásis como Queimadas dos Britos e Baixa Grande (guia e Presidente da cooperativa SACoop, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022).

É um poder que promove uma experiência de viagem *fechada* para o turista e um passeio restrito ao que está *dentro* do roteiro desse produto turístico, que para o

mercado turístico é entendimento como cliente e não como turista. Portanto, o termo *cliente* diz respeito à categoria êmica do mercado turístico do PNLN, destacada em muitas falas de guias, atendentes e proprietários entrevistados, e, *turista*, uma categoria antropológica de análise adotada neste trabalho pela pesquisadora. Em minha conversa com um dos guias durante o passeio da América, a categoria *cliente* apareceu em vários momentos do nosso diálogo e eu, como pesquisadora, estava também nessa condição porque havia comprado o respectivo passeio. Fizemos um percurso mais lento para que conseguisse gravar em áudio nossa conversa e diferente da rota do passeio. Viemos por um caminho onde estavam lagoas rasas, por entre areia e restinga, e algumas carnaubeiras com suas raízes à mostra e depois seguimos para as lagoas cheias, que são o foco do passeio. Sobre a diferenciação das lagoas, conforme a narrativa do entrevistado, existe uma classificação e um acompanhamento das condições das lagoas, processos fundamentais para a venda de passeios para as lagoas. Pude assim apreender sobre o sistema classificatório de lagoas (considerando a experiência dos agentes de turismo em Santo Amaro) e as autodenominações definidas pelo grupo:

- *Lagoas que não enchem*: têm a parte muito baixa, rasa e vaza facilmente, não retendo muito a água das chuvas; estas não têm condições de serem integradas como lagoas para os passeios.
- *Lagoas que enchem*: retêm muita água, não secam, e muitas vezes necessitam de barreira de contenção feita de sacos de areia para não vazarem; estas podem ser incluídas no passeio mediante a contenção.
- *Lagoas principais*: não secam, são maiores em extensão e profundidade, e permanecem, apesar da mudança das estações, resistindo ao período do verão; estas são as lagoas que figuram como as mais importantes para o turismo funcionando como lagoas permanentes dos passeios realizados no verão e no inverno.

Quando perguntado o nome das lagoas maiores, que são as principais do passeio de América, o entrevistado disse que as lagoas recebem o nome do povoado, ao mesmo tempo o nome do povoado nomeia o circuito (conjunto de lagoas), que é entendido como o conjunto de lagoas visitadas em um passeio (visitação do lugar em que se realiza o circuito), estejam elas mais próximas ou mais distantes, mas que integram o roteiro de um circuito ou passeio. Nesse caso, América pode ser ao mesmo tempo o nome do lugar/povoado, das lagoas principais, do circuito e do passeio. Penso que eles conseguem

mobilizar todas essas diferenças no cotidiano de suas atividades turísticas, mas acredito que o nome América é um termo genérico e acionado nas interações com os turistas. Dizia anteriormente sobre a categoria êmica *cliente*, em que meu entrevistado, aí me incluía, e que só pude notar no processo de transcrição e classificação da entrevista.

E: E: tem uma coisa aqui, quando a gente sai dali (apontou para o Lago da Jangada, onde se desembarca para o passeio em América) a gente não vem direto por aqui (caminho das lagoas secas, com vegetação de restinga e altas carnaubeiras), só vem mesmo quando vem mostrar pro *cliente* aqui, pra vocês conhecerem melhor (guia e Presidente da cooperativa SACoop, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022).

Outro tipo de poder que interfere é o da própria natureza, que por se tratar de um território altamente mutável, marcado pela sazonalidade, pode implicar em retirada de atrativos ou inclusão de novos roteiros, como o caso descrito por atendente de Agência, em Santo Amaro:

E: foi em 2020 que a gente ficou praticamente sem lagoa, totalmente, porque secaram rápido demais. Então, eles (guias) acharam uma lagoa, e só pra você ver, colocaram o nome de Salvação. Porque a nossa salvação era aquela lagoa. Hoje nem tem mais, ela furou, já transbordou... ela ficava no roteiro de Betânia, entre Betânia e Andorinhas (Atendente de Agência, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022)

O nome da lagoa “Salvação” é simbólico não somente por indicar uma possibilidade de continuar realizando os passeios em Santo Amaro e, assim, permitir a reprodução econômica da atividade turística, mas também, podemos pensar como uma antítese para o problema da pandemia. É possível pensar também como um elemento integrante da natureza como paraíso restaurador das mazelas vividas.

Nesse sentido, as relações de poder também estão presentes no ato de nomear as lagoas, que é feito, geralmente, pelos guias, que estão mais presentes, circulando pelo PNLN diariamente. A situação de nomeação de lagoas aparece na narrativa de um guia e motorista entrevistado, quando aponta que a *Lagoa do Peixe*, uma das mais visitadas atualmente em Santo Amaro, recebe esse nome por conta da utilização do recurso hídrico utilizado por um morador para criação de peixes. Ele não soube identificar o morador, mas podemos supor que se trata de um indivíduo destacado no grupo, com uma diferenciação econômica entre os demais.

P: por que é Lagoa do Peixe?

E: É porque diz que tinha uma pessoa lá que criava peixe, morador, que criava tambaqui na lagoa, aí ficou Lagoa do Peixe...

(Guia e motorista, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022)

É interessante notar que neste caso, um não-humano é mobilizado como referência para nomear uma lagoa, mas através do destaque que ganha a partir do trabalho realizado por um humano. Aqui ocorre o que Donna Haraway ([2008] 2022) denomina de *encontro entre espécies*.

As lagoas, dunas e demais ambientes da natureza do PNLM, fora do *tempo do turismo*, constituíam recursos comuns às famílias das diferentes localidades, que podiam ser usados para fins da sua reprodução material e econômica. Sobre isso, um dos entrevistados explica:

E: [...] antes o turismo aqui (Santo Amaro), as dunas só servia pra criar bode, gado e as lagoas pra pescador pescar. Agora não. Agora é só do turismo. Porque dificilmente você vê bode, boi e pescador pescando, é só turismo, todo lugar que você vai aqui nas dunas é só turismo (Guia e motorista, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022).

Explica, dessa forma, sobre os usos do espaço onde se localizam as dunas que estão atualmente nos circuitos turísticos em Santo Amaro. Conforme sua descrição, tal espaço, antes do fenômeno do turismo no Parque, servia para criação de animais e para a atividade de pesca. Neste caso, o que está em jogo é a transformação de um tempo e de um modo de vida em função de um novo sentido para o espaço. Sua narrativa sobre o que é espaço e os modos de utilização parece ser pautada pelo pêndulo da memória de um tempo passado e aquilo que ele vê atualmente com a presença de turistas e a quase total ausência das atividades anteriormente realizadas. Isso me chama atenção de como o guia, que também é nativo, olha e compreende a paisagem e seus elementos constitutivos. O guia apresenta um tipo de paisagem para o turista que não consta mais aquele modo de vida, presente apenas em uma memória.

Voltando à questão da nomeação das lagoas, ao perguntar sobre o nome de outra lagoa, *Recanto*, o entrevistado respondeu de forma diferente do que vinha respondendo, ao trazer para sua narrativa novas informações presentes nas relações dos nativos com os recursos da natureza.

P: E por que é Lagoa do Recanto?

E: É porque a gente batizou de Recanto porque ela faz aquele recanto pra ali, Recanto da Gaivota.

P: Mas o senhor fala que batizou... O que é batizar uma lagoa? Eu nunca tinha ouvido isso...

E: Batizar, assim, é dá importância pra ela, é dá um nome pra ela e ela ficar conhecida pra turista ver...

P: Quem batizou?

E: É a gente mesmo, os guias...

(Guia e motorista, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022).

Segundo o entrevistado, o nome de determinada lagoa, apesar de ter seu nome inspirado em um acidente geográfico – “recanto”, que significa uma porção mais afastada e sinuosa – foi instituída através do que ele chama de *batismo*. Esse fenômeno chama atenção para a relação de proximidade ou simetria com esses recursos naturais, de modo que há um processo de personificação ao instituir o sacramento cristão do “batismo” para a lagoa. O termo “batismo” aqui utilizado significa o ato de nomear uma determinada lagoa para torná-la apta ao uso, neste caso, para o turismo. Mesmo de forma simples, por associação a algum evento ou recurso natural, os nomes são dados como uma espécie de reconhecimento, permissão, publicização desses seres não-humanos para serem visitados pelos turistas e tornados mercadorias da natureza no mercado turístico.

Os produtos turísticos ofertados tanto em Barreirinhas como em Santo Amaro – passeios para lagoas, passeios de quadriciclos nas dunas, passeio náutico pelo Rio Preguiças, trekking etc. –, obedecem a uma divisão organizadora do espaço turístico –, que embora pareça ser determinada pelas agências, foi estabelecida anteriormente pelo poder do Estado, em dispositivos legais, que apresentei no tópico anterior: Plano de Manejo e Plano de Uso Público. Estes dispositivos já zonaram as áreas permitidas para a visita (Ver Mapa 1 e Mapa 2). As agências de Barreirinhas apenas ressignificaram essa divisão com outras classificações que foram apreendidas nas interações com os interlocutores de pesquisa: *Pequenos Lençóis* e *Grandes Lençóis*.

E: porque é assim, o foco daqui de Barreirinhas são os Grandes Lençóis, que que é feito no 4 por 4, os Pequenos Lençóis que é feito de lancha, aí meio que foi feito essa divisão. Que é o foco dos passeios são os Grandes e os Pequenos Lençóis. Nos Grandes Lençóis, Circuito Lagoa Azul, Lagoa Bonita, Atins, e nos Pequenos Lençóis, é Caburé. Foi feita essa divisão, porque o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses foi dividido em 2 partes: de um lado o Grande e do outro o Pequeno, mas é uma extensão só. A única coisa que divide eles é o Rio preguiças (Atendente da Agência, Barreirinhas, 27 de julho de 2022, g.n.).

Esses agentes operam com outra noção de “zoneamento” e classificação dos espaços, simplificando ao nível da linguagem o modo de apresentar o PNLM aos turistas, por meio de medidas de grandeza entre o *grande* e o *pequeno*. Essas noções também incorporam outras noções de classificação para o espaço do PNLM a ser comercializado turisticamente, isto é, *grande* e *pequeno* parecem, nas suas entrelinhas, ser *dentro* e *fora* do PNLM (Barreirinhas). A distinção de cada porção do espaço dividido (dentro e fora do PNLM) é não somente organizado por aquelas classificações (*grande* e *pequeno*), mas também pelos meios de transporte para acessá-los: carro e lancha. A partir disso, outras classificações podem ser pensadas: seco e molhado, areia e água...

Além da classificação do espaço do PNLM para a atividade turística, é quanto à classificação das maneiras de comercialização dos produtos turísticos, comum às duas localidades: Barreirinhas e Santo Amaro. Uma das formas é através do que chamam *venda de balcão*, que ocorre através da compra direta do turista na agência. Este é um jargão do universo do turismo, adotado pelas agências de turismo, portanto, não se trata de classificações exclusivas das agências dessas duas localidades. Outra forma da venda dos produtos turísticos é através do que chamam de *venda de pacote*, que deve ser agendado com antecipação mediante disponibilidade e organização da agência contratada.

Todas as agências⁹³ que visitei em Barreirinhas oferecem praticamente os mesmos produtos turísticos, com algumas distinções que podem ser colocadas em termos de exclusividade, infraestrutura, capacidade de inovação e qualidade de atendimento ao turista. Antes de explorar essas diferenças, chamo atenção para a classificação apreendida no trabalho de campo, conforme a explicação dos interlocutores tanto de Barreirinhas como de Santo Amaro, das formas dos produtos turísticos que são realizados em *passeios*, apresentados abaixo:

a) *Pacote*

Terminologia para indicar que os produtos turísticos ocorrem centralmente em forma de *passeios*, na condição de serem *fechados* com vários destinos; podendo ser marcado à distância, “de longe”, e com antecedência, pois demanda, ao nível local, organização por parte da agência e disponibilidade nos serviços no calendário da própria agência, bem como na agenda de terceirizados.

⁹³ As agências não foram identificadas a fim de manter suas identidades em sigilo perante as disputas, estratégias, alianças e concorrências no mercado turístico de Barreirinhas e Santo Amaro, o contrário poderia implicar em mal-estar e conchavos nas relações internas causado pela pesquisadora.

b) *Regular*

Refere-se à condição de realização diária, portanto, uma possibilidade contínua. Forma que tem maior procura por parte dos turistas e melhor oferta por parte das agências.

c) *Terceirizado*

Nomenclatura para a situação em que a execução dos produtos turísticos depende de serviços (transporte, guia etc.) que não tem na própria agência e que são prestados por terceiros em nome da agência, como por exemplo, o passeio de sobrevoos e o passeio de quadriciclo.

d) *Em Parceria*

Termo para indicar uma cooperação entre agências ou entre agências e guias e até mesmo entre agências e motoristas *parceiros*, isto é, indivíduos de confiança e com disponibilidade para trabalhar em casos excepcionais, quando por exemplo uma agência que já fechou suas vendas diárias (que é definida pela quantidade de vagas disponíveis nos transportes utilizados, seja da própria agência, seja por cota em outras agências que são proprietárias de veículos ou embarcações ou pela disponibilidade das cooperativas de motoristas e guias), mas decide atender um turista de última hora para que ele não perca determinado passeio, aciona o regime de parceria não somente para honrar com o nome da empresa mas, para principalmente, possibilitar que o turista consiga chegar aos lugares de visitação.

Essa situação excepcional em que acontece a forma de *parceria* é quando ocorre um desequilíbrio entre a oferta e a procura, e dependendo do período – alta ou baixa temporada – o turista não consegue “vaga” em nenhuma agência para realizar os passeios, mesmo tendo dinheiro para pagar e disponibilidade de tempo. Foi o que ocorreu comigo logo no primeiro dia de trabalho de campo (realizado entre 23 e 27 de julho de 2022, em Barreirinhas).

Ao assinar minha ficha no hotel em que fiquei hospedada, um pouco mais do meio-dia, a atendente me dava dicas de onde almoçar e lançava perguntas como: “já fechou o passeio de hoje? Se ainda não fechou com nenhuma agência tem uma aqui, na sala ao lado, é só seguir o corredor e virar à direita, é a primeira porta. Se quiser eu já procuro enquanto tu te acomoda. Só tem um problema: hoje tá muito lotado!”.

Pretendia aproveitar ao máximo o campo e fazer um passeio na parte da tarde, por isso, perguntei qual o passeio seria realizado pela agência que a atendente tinha se

referido, que fica nas dependências do próprio hotel, e se havia disponibilidade de vaga. Ela respondeu que a maioria dos passeios da parte da tarde são para a *Lagoa Bonita* e que já não havia mais vaga em nenhuma agência de Barreirinhas, restando-me aguardar alguma desistência ou procurar de forma independente em alguma agência no caminho para o almoço. Depois que me acomodei em um quarto simples, com uma pequena varanda com vista para a Praça da Matriz, que já estava tomada de vários turistas transitando e em prontidão a esperar pelas toyotas que os levariam aos passeios, parti para o almoço, e fui perguntando nas agências se havia vaga para o passeio da *Lagoa Bonita*. Ao todo, nas cinco agências que indaguei, nenhuma delas tinha mais vaga, inclusive em três delas, vários turistas já aguardavam, ansiosos, inquietos e barulhentos, a hora dos passeios contratados. Em uma das agências, o guia me fez entrar para oferecer um passeio com duas vagas que surgiram naquele momento devido a desistência dos contratantes, cujo circuito seria feito em quadriciclo passando por várias lagoas, entre elas a *Lagoa Azul* e a *Lagoa Bonita*, pelo valor de mil reais. Naquela hora cocei a cabeça discretamente, engoli seco e pensei como era caro ir ao “Paraíso”, como é comumente anunciado os Lençóis Maranhenses. Falei que não era do meu interesse fazer esse passeio, agradei e saí. Comi rápido para voltar ao hotel, na esperança de que a atendente me desse a boa notícia de que tinha conseguido vaga para o passeio na Lagoa Bonita. Ouvi da atendente do hotel, antes de subir as escadas que levavam aos quartos, que ela havia “tentado de tudo”, ligando para todos os seus contatos, mas que foi impossível conseguir uma vaga para referido passeio. Tive de me conformar, mas aproveitei e pedi logo para reservar os passeios para o dia seguinte que seriam para as lagoas *Azul* e *Bonita*. Depois desse resultado negativo, enfim, decidi descansar da viagem.

Não conseguir vaga para o passeio na *Lagoa Bonita*, era não só uma frustração, era também informação etnográfica, que me indicava a relação entre a alta demanda de visitação para os Lençóis Maranhenses e a insuficiência da estrutura turística referente à hospedagem, transporte, alimentação etc. em Barreirinhas em atender tal demanda, que só aumenta. No fim da tarde fui confirmar a reserva do passeio para o dia seguinte na agência, que fica nas dependências do prédio do hotel em que estava hospedada. Cada passeio custou 90 reais, totalizando 180 reais. Quem me atendeu foi a própria dona, que explicou sobre a dinâmica que estava realizando, naquele final de semana, com os passeios por conta da alta demanda de turistas e por conseguinte no aumento do tempo de espera na balsa para atravessar o Rio Preguiças.

Comumente, os passeios são divididos em dois turnos, e em cada turno, um circuito de lagoas é visitado, com retorno para o almoço em Barreirinhas. Naquele momento, porém, ela estava combinando com os motoristas o passeio do domingo sem volta ao meio-dia para o almoço e nova ida à tarde, pois haveria apenas uma saída, a partir das 9:00 para a *Lagoa Azul*, com almoço a ser realizado em um dos restaurantes dentro do Parque, com regresso no final da tarde, depois do pôr do sol na *Lagoa Bonita*. Concordei e paguei.

Aproveitei e expliquei genericamente que estava fazendo uma pesquisa para meu doutorado sobre o turismo em Barreirinhas e que gostaria muito de saber um pouco sobre a história da sua agência, e ela disse que poderia me receber no dia seguinte juntamente com seu esposo que estava na fila do cabelereiro, mas que com seu chamado veio conversar um pouco comigo, relatando que já atuava há bastante tempo com o turismo em Barreirinhas, abrindo sua agência em 2018, e com a pandemia teve que fechar as portas, retornando no final do ano passado. Sua esposa, enquanto cadastrava minhas informações comentou, em tom de lamento, que só naquele dia teve que “despachar mais de 40 pessoas para os passeios oferecidos e até a maior agência da cidade, que tem 15 carros e que eu liguei pra saber se tinha vaga e encaminhar os clientes, não suportou a demanda” daquele sábado. O final dessa descrição da minha experiência chama atenção para a relação da *parceria* entre agências, no meu caso, uma *parceria* não efetivada.

Voltemos à questão das distinções identificadas – exclusividade, infraestrutura, capacidade de inovação e qualidade de atendimento ao turista –, válidas para as duas localidades. O termo distinção aqui adotado, inspirado na perspectiva de Bourdieu (2007), significa diferenciação social das agências no espaço relacional e concorrencial do mercado turístico, servindo para pensar as posições, as disputas e as estratégias tecidas pelas agências, aqui entendidas como agentes de comodificação da natureza em um contexto que vem sendo apontado pelos próprios agentes como sendo de saturação turística, em que são oferecidos praticamente os mesmos passeios ao longo de duas décadas.

As diferenças que se dão em termos da exclusividade, da infraestrutura, capacidade de inovação e qualidade de atendimento são construídas em função da concorrência e da saturação, e que não se apresentam em estado puro, mas de forma interdependente e amalgamada. Esses princípios de diferenciação permitem às agências a probabilidade de ganhos econômicos e simbólicos no mercado turístico, maior captação de clientes e presença e poder de atuação em determinadas porções do PNLN, bem como

definir e reforçar suas identidades. Algumas situações empíricas identificadas no trabalho de campo me permitiram chegar a princípios de diferenciação, que passam a ser apresentadas a partir de agora.

Situação 1: Excursões para nativos

No final da tarde (27 de julho de 2022) entrei naquela Agência, que funciona em um casarão antigo no espaço de um cômodo, pintado de verde e um tom similar à cor das dunas, com uma mesa de madeira de lei e poltronas espaçosas também de madeira, com um aparador ao fundo encostado na parede, cheio de enfeites temáticos, entre eles uma miniatura de uma embarcação à vela, com um painel também de madeira e fibra de buriti em tom natural. Encontrei a atendente, já no final do expediente, com a televisão de modelo antigo, sintonizada em uma novela reprisada. A princípio acreditei ser eu uma turista em busca de algum passeio. Disse que era estudante de doutorado e estava fazendo uma pesquisa sobre o turismo no PNLN e que gostaria de conhecer o trabalho das agências. Repeti essa fórmula para me apresentar nas demais agências. Lá pelo meio da entrevista com a atendente, interrompida algumas vezes por turistas que por ali chegavam, indiquei à entrevistada a minha curiosidade em saber, então, em que se diferenciava a agência em que ela trabalhava diante da situação de que todas as agências de Barreirinhas realizavam os mesmos passeios, com os mesmos preços, praticamente. Ela demorou a me responder, talvez nunca tivesse pensado sobre isso. Depois, no que interpretei ser um tom de orgulho e distinção, ela me respondeu. Cheguei ao que queria, afinal? Ela assim me respondeu:

E: É assim, a gente trabalha com excursão, e a gente pegou no início do mês excursão de 115 pessoas, aí teve outra depois dessa de uma de 55, 56 pessoas, aí outra com vinte e poucas pessoas. A empresa aqui não trabalha só com o passeio daqui, faz excursão daqui para outros estados, só que do Nordeste, mas já fizeram para Gramado-RS, mas, geralmente é para a parte do Nordeste, como Jericoacoara, Carolina, aqui no Maranhão. Então, foco não é só o passeio daqui não, também vende outros roteiros para as pessoas daqui, o foco são as pessoas daqui, e ele faz essas excursões. Daqui, só a gente que faz excursão pra fora com pessoas só daqui que eu saiba... Todo ano tem... (Atendente da Agência, Barreirinhas, 27 de julho de 2022, g.n.).

A narrativa da entrevistada é reveladora da questão da exclusividade como um mecanismo de diferenciação no mercado turístico que ocorre em Barreirinhas. A estratégia adotada pela agência foi uma atuação para *fora* do PNLN, criando o produto turístico das excursões, para os nativos, pelo Nordeste, principalmente, que funciona

como um espaço de exploração turística. Essa situação é interessante para refletir que o consumo turístico também é realizado por quem, a priori, é a população receptora de turistas, e que, portanto, deveria “estar à espera” dos visitantes. Passemos a segunda situação.

Situação 2: Casando nos Lençóis Maranhenses

No dia 27 de julho, depois do almoço, retomei as visitas às agências de Barreirinhas. Antes, porém, decidi ir à Secretaria de Turismo do município para obter informações, bem como materiais impressos relacionados ao turismo em Barreirinhas. A Secretaria fica na entrada da cidade. Nas dependências do prédio funciona a Casa do Turista, que antes ocupada o prédio inteiro. Demorei para ser atendida. Falei com uma espécie de secretária, que me disse para olhar nas redes sociais da Prefeitura que “ela (a Prefeitura) sempre coloca lá”, mas insisti que queria falar com alguém que pudesse conversar melhor acerca do assunto, nem que fosse por e-mail, de modo que ela entrou em uma sala para ver se encontrava alguém, mas saiu de lá com um endereço de e-mail anotado em um pequeno papel amarelo e disse que através daquele canal de comunicação eu seria contemplada com as informações que eu tanto queria. Saí de lá um pouco decepcionada. Voltei para o centro, por volta das 15:00, para enfim retomar as visitas às agências. Estabeleci, para aquele dia, que o ponto inicial seria a Avenida Beiro Rio, pela sua movimentação e por ser um lugar central na dinâmica social da sede de Barreirinhas. Entrei em uma transversal que desaguava na Beira Rio. Nessa rua, encontrei duas agências e uma cooperativa de turismo fechadas. Chegando à Beira Rio, próximo ao letreiro, respirei fundo recordando minha fala de apresentação e entrei naquela Agência. Vazia. Na porta da casa vizinha havia umas senhoras sentadas e perguntei se tinha alguém para atender na agência. Elas chamaram atenção do rapaz franzino que estava na outra calçada, que se despediu de uma pessoa com quem estava conversando e veio me atender. Expliquei sobre minha pesquisa e pedi autorização para gravar a conversa para não perder nenhum detalhe. Sentei-me e tentei estabelecer uma conversa a partir de um pequeno roteiro semiestruturado, mas que foi tomando um rumo denso e profundo que misturou sua experiência profissional no turismo, vida pessoal e novamente estratégias de turismo, quando me ofereceu, já no final da longa entrevista, um produto de muita exclusividade criado e oferecido por sua agência – *Casando nos Lençóis Maranhenses* – percebendo a presença do meu companheiro que me acompanhou na viagem. Para meu interlocutor, eu

fui sendo interpretada, a depender do momento e do tema que emergia na conversa, como pesquisadora e como potencial cliente.

Casando nos Lençóis Maranhenses é um produto turístico fundamental para pensar não somente as estratégias construídas pelas agências, mas para compreender o que é e como é definido um produto turístico como rentável. O casamento, apesar de ser um ritual social importante na trajetória dos casais, aqui deve ser entendido como um mercado potente⁹⁴, que demanda e mobiliza uma série de profissionais em diversas áreas, em que as emoções, expectativas, sonhos, projeções, desejos são trabalhados em termos comerciais. O proprietário da agência da qual estamos tratando, percebeu o aquecimento neste setor, e incorporou ao seu catálogo de produtos turísticos.

Esse produto turístico é simbólico quando pensamos a questão da comodificação da natureza no PNLN, já que dunas, lagoas, céu azul, pôr do sol são trabalhados como elementos do autodenominado *cenário perfeito* para a realização de casamentos. Montase provisoriamente um cenário dentro do cenário, com arranjos de flores naturais, palhas de buriti e carnaúba, tecidos claros esvoaçantes, arcos, galhos e troncos secos, tapetes, almofadas, quadros, cestos, café da manhã ao nascer do sol (quando o casamento é realizado na parte da manhã), um saxofonista que toca, um músico que dedilha seu violão. Há casos que a noiva espera em um rancho de palha de algum pescador. As imagens divulgadas⁹⁵ do *Casando nos Lençóis Maranhenses* mostram casais em roupas brancas, pés descalços, trocando carinhos, sozinhos na imensidão do campo de dunas em um cenário propagandeando, vendido e experienciado como exótico, rústico, pitoresco. Pelos valores indicados, que variam conforme os pedidos dos clientes, tem início em R\$ 15 mil. Para a maioria dos brasileiros, casar tendo dunas, lagoas coloridas e pôr do sol alaranjado como cenário, é um produto inacessível.

⁹⁴ Segundo projeções, o ano de 2022 deveria movimentar mais de R\$ 40 bilhões para o setor, valor superior ao ano de 2019. Ver: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-05/mercado-de-casamentos-deve-movimentar-cerca-de-r-40-bilhoes-em-2022>>. Acesso em 24 de jan. 2022. Além desse dado, há várias reflexões sobre como esse mercado é excludente com casais negros, tanto no atendimento quanto na representatividade. Sobre isso, ver: <<https://almapreta.com/sessao/cotidiano/o-mercado-do-casamento-nao-atende-pessoas-pretas-casais-relatam-barreiras-para-realizar-sonho>>. Acesso em 24 de jan. 2022. Temos visto crescer a produção *reality shows* específicos sobre casamentos, como o “Casamento às Cegas”, “Temporada de Casamentos”, “Casamento à Indiana”, só pra citar as produções disponíveis em uma plataforma de *streaming*.

⁹⁵ É possível acompanhar pela rede social do Instagram @casandonoslencoismaranhenses.

Situação 3: Roteiro Pérola dos Lençóis

Já era noite quando entrei na última agência visitada em Barreirinhas. Ainda estava no tempo do entremeio dos passeios, e pude acompanhar, nesse momento, duas situações, o retorno dos turistas dos passeios, que primeiro passavam na agência para cumprimentos e outros detalhes, como apanhar objetos esquecidos ou deixados, antes de serem levados às suas respectivas hospedagens, e o pagamento diário de guias e motoristas conforme os roteiros realizados. Fui atendida a princípio por uma jovem que me disse estar trabalhando naquela agência e no ramo do turismo há poucos meses. Repeti meu ritual de apresentação e logo perguntei quais passeios eram realizados. Ela falou, entre uma olhada e outra em minha direção, mexendo no computador, pois ela tinha que continuar o atendimento via internet, organizar a tabela de pagamentos do dia, divulgar a agência nas redes sociais, todos os passeios já ditos pelos atendentes das outras agências e que eu já sabia àquela altura. Como se estivesse se esquecendo de alguma coisa, retomou a palavra e me disse que ainda não estava acostumada com o novo passeio criado pela agência por isso ainda não tinha me falado. O novo passeio é o roteiro intitulado *Pérola dos Lençóis*. Naquele momento, ao pronunciar o nome, apontando para os dois únicos quadros na parede com a imagem de dunas extremamente brancas, altas, com uma fina borda úmida amarelada, com uma lagoa ofuscante em azul, era como se estivesse ela abrindo uma concha e me mostrando uma pequena pérola que acabava de descobrir. Fiquei encantada, como turista. Como pesquisadora, fiquei instigada. Perguntei o porquê do nome, mas ela não conseguiu me explicar, bem como o proprietário que pouco me disse, quando chegou à agência àquela hora. O proprietário entrou na pequena sala da agência, cumprimentou com um boa noite seco, e se calou, ouvindo o que eu perguntava e o que sua funcionária respondia. Antes de me apresentar, pois estava aguardando a finalização da resposta da atendente, o proprietário da agência me lançou a seguinte pergunta: “você é da prefeitura?”. Respondi que não, que era pesquisadora e estava interessada na temática do turismo no PNLN e o papel das agências nesse contexto. Senti que ele não acreditou que eu era pesquisadora. Daí pra frente, ele que respondeu às perguntas, apressadamente, e a moça se calou. Aquela pergunta lançada a mim me fez pensar um tanto de questões. O que ele estava querendo me dizer através daquela pergunta era possivelmente a tensão, a disputa, a concorrência que estavam em jogo com a criação de um novo produto fora dos roteiros e preços habituais. Antropologicamente, podemos

pensar através dessa pergunta a atuação turística desses agentes que ocorre pelas *margens* do que é estabelecido pelo Estado, em seus zoneamentos e poder pífio de fiscalização.

Situação 4: Cais e Embarcações próprios

Considerada como a “maior” agência de Barreirinhas no quesito quantitativo, em termos de estrutura de recepção, frota e equipamentos próprios para atender os turistas. Tive dificuldade em estabelecer contato com os atendentes da agência, mesmo depois de repetir a minha apresentação de pesquisadora e meu interesse de pesquisa. O atendente me olhava seriamente, esboçando um meio-sorriso amarelo, disse que tudo que eu precisava estava no folder da empresa que eu podia acessar pelo QR-code impresso e colado em um quadradinho de acrílico, em uma das pontas do alto balcão em um grande L. Fiz isso. Observei o material; nele continha algumas coisas que eu queria saber, como roteiros, passeios, pacotes, valores, imagens, mas ainda era pouco. Não satisfeita, comecei a abordá-lo de outra forma para captar sua atenção; perguntei se poderia, então, fazer alguns registros fotográficos do ambiente. Ele concordou e continuou no mesmo lugar. Ao terminar a leitura do material, observei um quadro de avisos, com fotos dos aniversariantes do mês, a fotografia do funcionário do mês e outras informações escritas em *post-it*. Comecei a me movimentar pelo salão até chegar a uma parede que era coberta de fotografias de turistas que tinham realizado passeios pela empresa. Depois soube que as fotografias eram tiradas pelos guias com a permissão dos turistas e depois colocadas nesse painel, bem como eram enviadas pelos próprios turistas a fim de integrarem suas imagens àquele painel. Percebi que algumas imagens eram antigas. Andei mais um pouco e fui observando os enfeites, arranjos, quadros, artesanatos, assentos, plantas. Circulei o salão até chegar no mesmo ponto: de frente para o atendente. Elogiei a arrumação e os objetos. Parabenizei-o pela sua conquista e reconhecimento como excelente funcionário. Disse que fiquei fisgada pelas fotografias e pela quantidade delas. Lembrei do que a proprietária de uma Agência, que tinha me falado em tom de lamento “a maior agência daqui que tem 15 carros, não suportou a demanda” daquele sábado, 23 de julho. Reproduzi o comentário. Foi a partir desse momento, depois das minhas falas, que o atendente me deu atenção. Sua atenção, gosto de pensar assim, foi despertada pelo gatilho da desconfiança da classificação externa, do que as outras agências falam sobre a agência em que ele trabalha e como isso repercute diretamente no seu trabalho e na captação de turistas, haja vista, o perigo de comentários depreciativos ou mesmo uma *fake news*, o

que não foi o caso do comentário da proprietária da agência nas dependências do hotel em que fiquei hospedada. Assim como os serviços de hospedagem dependem da boa avaliação pública em agentes intermediários de viagem, como o *Booking*, por exemplo, as agências também dependem da avaliação de terceiros, mesmo que seja uma agência concorrente. Faz parte do jogo do mercado turístico. Com isso, estabeleci um *espaço de confiança* (BEAUD e WEBER, 2014) para criar uma relação de interconhecimento. O atendente passou a me responder todo tipo de pergunta que eu fazia. Já ao final da entrevista, ele me guiou por um corredor para me mostrar o que se escondia lá atrás do salão principal. Para minha surpresa, fomos avançando pela estrutura da agência e chegamos a uma enorme área externa, com um jardim bem cuidado, um pequeno quiosque para descanso do turista enquanto chega a hora do passeio, um *lounge* para *happy hour* antes ou após os passeios e um pequeno cais de embarque e desembarque de turistas que compram pacotes de passeios náuticos, estes realizados com lanchas da própria empresa, com capacidades diversas, podendo comportar entre 7 e 24 lugares. Esse espaço foi construído, conforme meu interlocutor, para “receber e acolher as pessoas que não têm hospedagem e que só vêm fazer os passeios e depois seguem viagem para outros destinos”. Todas essas construções visam proporcionar uma melhor recepção do turista, e incluídos nos valores cobrados, conforme me explicou o entrevistado. Não se trata apenas de uma diferenciação material, mas uma diferenciação em termos de autonomia e inovação realizada por esta agência no concorrido mercado turístico.

Situação 5: Cortesias e surpresas durante os passeios

A trajetória e o trabalho de um guia especialista no produto turístico Travessia do Parque, realizada por *trekking*, pode nos ajudar a compreender a constituição do turismo em Santo Amaro e a situação a ser destacada. Segundo este interlocutor de pesquisa, a *atividade* do turismo neste município que integra o PNLM teve seu início por volta dos anos 2000-2004, atravessando um longo processo para sua consolidação, como *negócio*, ao longo de mais ou menos duas décadas.

E: sou guia local, aqui de Betânia, meus pais moram aqui em Betânia e é a terceira geração, no caso eu, a terceira geração. Entrei para o ramo do turismo faz sete anos. Antes eu era pedreiro e daí começou a atividade de turismo em Santo Amaro em 2000, mas o negócio do turismo mesmo cresceu de 2004 pra cá, que a gente foi vendo. Era um número pequeno de pessoas, acho que não

era nem 10 pessoas que trabalhava com negócio de turismo. Isso foi em 2004, em 2004 que começou... porque na verdade em 2000 vinha uma pessoa, passava aqui “ah, é muito bonito!”, mas ninguém nem sabia o que era o turismo. E daí como eu era de Betânia e fui estudar em Santo Amaro, ái eu conhecia a trilha de Betânia e muitos não conheciam. Aí os amigos convidavam pra vir “bora lá em Betânia levar um pessoal lá?”. Inclusive os primeiros que chegaram aqui não sei se eram japoneses ou chineses, acho que eram os japoneses que chegaram aqui. Aí eu vinha, mas sem nenhum compromisso, só vinha, trazia e voltava. E eu comecei, engajei, vinha com o pessoal, mas. Mas eu foquei mais nos estudos. Depois eu fui pra São Luís, trabalhei lá, às vezes não ganhava nada, só por vir mesmo, mas não me adaptei lá... sempre lembrando de Betânia... (risos). Depois eu resolvi retornar e aí já foi em 2014, 2013, 2014, quando eu retornei aí o turismo estava mais forte, o fluxo assim... aí eu decidi fazer um curso de atendente pra pousada, aí já trabalhei em pousada também, como recepcionista, aí eu queria crescer mais, queria conhecer mais porque a atividade de turismo era uma atividade, assim, de trocas com pessoas, né? (Guia local especialista em travessia no PNLM, Betânia, Santo Amaro, 15 de novembro de 2019, g.n.).

A migração do entrevistado para o ramo do turismo se deu em função do conhecimento acumulado do território do PNLM, do reconhecimento de terceiros que começavam a se envolver com a atividade do turismo e do seu engajamento pessoal. É interesse notar que antes de se tornar oficialmente guia profissional, o entrevistado passou por várias outras ocupações no setor turístico, como a de atendente e recepcionista. Somado a isso, a realização de cursos de formação se mostrou fundamental em sua constituição como profissional do turismo. Em sua narrativa, conta sobre si no ramo do turismo, e ao mesmo tempo, apresenta-nos nuances da história do turismo em Santo Amaro, em que “ninguém sabia o que era turismo”. Conta também de como era seu trabalho de guia àquele momento “sem nenhum compromisso” em que às vezes não ganhava nada”. O que o entrevistado nos chama atenção é para o processo de transformação não somente da sua trajetória de pedreiro a melhor guia profissional especializado em travessia no parque, mas também para fragmentos da história do turismo em Santo Amaro.

Em determinado trecho da nossa interação, o guia comentou que trabalha com várias agências não somente de Santo Amaro, mas que sua prioridade é o seu vínculo com a cooperativa de turismo em que trabalha. A referida cooperativa surgiu por volta de 2016 com o intento de:

[...] organizar o turismo em Santo Amaro que estava um pouco desorganizado, e daí a gente viu que nesses três anos melhorou bastante, todo mundo se organizou, trabalhou direitinho, porque tinha muitas pessoas que trabalhavam assim avulso: “ah, eu faço os passeios da lagoa!” e não sabia nem onde era a lagoa. Pegava e levava as pessoas. A gente viu que tava errado (Guia local

especialista em travessia no PNLM, Betânia, Santo Amaro, 15 de novembro de 2019).

Reforçando essa questão, o atual presidente da referida cooperativa, conta que:

é a primeira cooperativa de turismo de Santo Amaro. Quando você vê a cooperativa a intenção é trabalhar coletivamente mesmo que não exista, o pensamento é esse. Quando foi fundada, lá por 2016, a ideia era o turismo, era de organizar o turismo. Até hoje a gente tem o nome forte na cidade, muitos exemplos de trabalhar de forma organizada e obedecendo aquilo que o Estado implanta de regra ou lei, mas sempre a gente quis é que isso dê continuidade sobre a questão do ordenamento do turismo na cidade (guia e Presidente da cooperativa SACoop, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022).

É também no âmbito desta cooperativa que se estabelece a situação empírica que quero destacar para pensar as estratégias adotadas para a fabricação de mecanismos de diferenciação diante do mercado turístico em Santo Amaro, como é o caso de cortesias e *surpresas* para os turistas durante a realização dos passeios.

Em minhas primeiras observações em campo nessa localidade, notei que todos os carros (jardineiras, toyotas) utilizados para o transporte de turistas levavam cadeiras coloridas e sombreiros, diferente do que vi em Barreirinhas. Ao questionar o presidente da cooperativa, que também é guia e barqueiro, obtive a seguinte explicação:

E: todos os carros têm, e todos os barcos também. Quem iniciou isso aí fomos nós (a cooperativa SACoop), e a gente fez isso para o conforto do cliente. Trazer uma água, porque às vezes não deu tempo de o cliente comprar uma água. Agora quase todo mundo já sabe sobre as cadeiras, os sombreiros, a água. Quando vem para o passeio, às vezes acha caro e encontra mais barato, mas nós oferecemos isso. Nossos preços não são assim muito diferentes de outras agências. Têm agências que são até mais caro. O que nós batalhamos aqui é que nós tenhamos qualidade na hora de atender os clientes para a gente ser reconhecido lá fora. Muitas pessoas reconhecem a gentileza da gente. Fica muito gratificante. Não tem dinheiro que pague você ser elogiado por pessoas de São Paulo, do mundo inteiro, enfim. Aí você receber aqueles elogios é gratificante. A gente recebe muitos elogios, eles mandam para o WhatsApp da cooperativa, e a gente coloca no status ou no Instagram da empresa (guia e Presidente da cooperativa SACoop, Santo Amaro, 22 de agosto de 2022).

A narrativa nos indica sobre a capacidade de inovação dos agentes e sobre a busca pela qualidade de atendimento ao turista nos passeios vendidos pela cooperativa, que passa pelo oferecimento de certos itens – cadeiras, sombreiros, água mineral –, que foram pensados para melhor comodidade do turista e como uma forma de se destacar perante as

outras agências, mas que são embutidos no preço final do passeio. Essas “comodidades” quando são anunciadas e ofertadas no âmbito dos passeios são entendidas como “gentilezas” pelos turistas que reconhecem essa distinção da cooperativa em relação à outras agências, que passa a ser estrategicamente mobilizada nas redes sociais da cooperativa entendida como empresa, como uma ferramenta importante para captação de turistas, ao mesmo tempo como uma espécie de comprovação pela excelência do atendimento.

Figura 34: Fotografia de sombreros e cadeiras para turistas (Santo Amaro – Passeio América)



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Figura 35: Fotografia de turistas contemplando o pôr do sol em cadeiras (*Circuito Gaivota – Santo Amaro*)



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

As cadeiras coloridas passam a fazer parte do cenário da natureza, indicando que não são apenas “conforto” ou “gentilezas” para apreciar a paisagem ou fazer um pequeno descanso, mas simbolizam as estratégias agregadoras de valor na venda e consumo da natureza naquele contexto de concorrência turística. São a materialidade do poder de definição dos agentes comodificadores da natureza do que será e como será composto o espaço turístico em disputa com o *espaço do viajante* (AUGÉ, 2012).

Volto à narrativa do guia especialista para apresentar outra estratégia tecida para fins de exclusividade e inovação dos serviços oferecidos no contexto do turismo em Santo Amaro. Ao longo da sua explicação sobre a realização da travessia, em que me relatou detalhes de como era feita, o percurso realizado, o público que geralmente realizava esta atividade, o entrevistado pontuou a especificidade do que intitula *turista de caminhada*: “O turista de caminhada, ele é muito natureza, ele gosta da natureza, se for por ele, ele não quer deixar nem as marcas dos pés no chão, na areia, porque quem anda nos Lençóis ele fica encantado com tudo o que ele vê” (Guia local especialista em travessia no PNLM, Betânia, Santo Amaro, 15 de novembro de 2019). Contou sobre a percepção do turista de caminhada quando a atividade é encerrada resumida na frase que disse escutar repetidamente: “é muito bonito fazer a travessia!”, emendando em um sorriso franco e

orgulhoso, que ele, como guia, fazia “algumas surpresas” ao longo do percurso e fazia “todos chorarem no final”.

Uma das *surpresas* é feita em Queimada dos Britos, considerado um *oásis* e ponto de apoio para aqueles que realizam atividade de *trekking*. Este é um pequeno povoado localizado, segundo o Plano de Manejo e Plano de Uso Público, na chamada Zona Primitiva e no polo turístico Oásis. A definição nativa considera que “oásis é a parte da vegetação no meio das dunas, cercado de dunas e nessa vegetação moram lá famílias que é tudo cheio de água ao redor das dunas e próximo das casas dos nativos” (Guia local especialista em travessia no PNLM, Betânia, Santo Amaro, 15 de novembro de 2019). Neste ponto de apoio estão:

[...] as casas das famílias, são casas bem rústicas, feita de... não é nem casa de taipa, é como se fosse uma oca de índio, quase parecido, só que eles fazem o barracão coberto com palha de buriti e uma cerquinha aqui que a gente chama de *quebra-dedo*, com madeira, só que é uma madeira bem fina, e você vai entrelaçando, essa madeira é da nossa vegetação, aqui da restinga, muitas dessas árvores cortadas são canela de velho, pirunga, que é uma fruta nativa também, que ela é uma madeira bem flexível e dá pra fazer essa cerca que a gente chama de *quebra-dedo*, e é muito interessante... (Guia local especialista em travessia no PNLM, Betânia, Santo Amaro, 15 de novembro de 2019).

Figura 36: Casa nativa transformada em hospedagem turística, Queimada dos Britos, Santo Amaro



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2019.

Nesse contexto, as tais “casas rústicas” são ressignificadas: deixam de ser exclusivamente morada e passam a cumprir a função de hospedagem para turistas. Novas estruturas vão sendo construídas para atender essa nova dinâmica. A descrição feita pelo guia, que certamente é reproduzida em sua apresentação aos turistas, remete-nos para as classificações e representações sobre a estética nativa que aproveita com eficiência os recursos da natureza, que no contexto do turismo é fortalecida como uma autenticidade. Pois bem, neste ponto de apoio, o guia revela qual *surpresa* faz para os turistas:

o guia já faz uma castanha de caju, que é uma das *surpresas* pros clientes, na hora. Geralmente eles estão levando castanha na mochila pra comer, mas eles não sabem como é o processo, mas lá, a gente faz na hora pros clientes ver como que é... (Guia local especialista em travessia no PNLN, Betânia, Santo Amaro, 15 de novembro de 2019).

A *surpresa* é o *processo* e não a castanha assada. Quem já assou castanhas de caju em algum momento da sua vida, ou presenciou essa cena, deve lembrar que é um ritual de fogo e fumaça que demanda dedicação e atenção. Pedras para servir de trempe, lenhas e uma chapa de ferro vazada como uma peneira, geralmente chamada de “flande” ou “frande” no Maranhão, são os elementos básicos para se assar as castanhas de caju de modo tradicional. Não se pode esquecer de um pedaço de madeira comprida, que sirva para mexer as castanhas para que fiquem completamente assadas. Em certo momento, o fogo atravessa os buracos da chapa e atingem as castanhas, que muitas vezes saltam. A fumaça cresce e se expande, deixando no ar um cheiro saboroso, imediatamente afetivo. Logo prontas se joga no chão e as cobre com areia. Depois de limpas e frias, as castanhas assadas ficam completamente pretas, parecendo pedaços de carvão, que precisam ser quebradas com leveza e cuidado para que a amêndoas não se fragmentem e possam ser finalmente consumidas. Eu e meu irmão assávamos castanhas de caju em uma pequena lata de óleo (as embalagens antigas eram de ferro e aço) no fundo do quintal da nossa antiga casa. Vi minha avó assar para os netos, dezenas de vezes, castanhas de caju durante as férias escolares. Ela guardava o fruto até a chegada desse momento. Por isso, a partir da minha experiência, imagino o impacto dessa surpresa para os turistas. Mas não é minha memória afetiva que precisa ser destacada (acionei-a como uma referência), mas as maneiras em que a natureza é utilizada, mobilizada, ressignificada, encenada na atividade turística, através dessa situação.

4.4 O olhar dos turistas sobre a natureza comodificada no PNLN: uma primeira aproximação

Neste último tópico busco tratar das percepções dos turistas em torno do consumo da natureza comodificada a partir de certas representações apreendidas em campo, que ressoam e reforçam a crença de uma natureza comodificada, incentivando novos desejos de consumo para outros que desejam conhecer a natureza do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Neste espaço, portanto, reflito sobre o *olhar do turista* (URRY, 1996) e suas percepções da natureza captadas por eles em seu *espaço do viajante* (AUGÉ, 2012), através de algumas representações apresentadas pelos turistas, que estabeleci contato em Barreirinhas e em Santo Amaro. A minha interação com os turistas foi difícil porque quando os acompanhei em passeios, avisando sobre o meu interesse de pesquisa, eles não se demoravam na minha presença, afinal, estavam ali para curtir e experienciar os passeios, caminhar sobre as dunas, banhar nas lagoas, tirar milhares de fotos em vários ângulos e performances. Em muitos casos, não podiam se delongar porque estavam com o horário marcado para fazer um determinado passeio. Eu, enquanto pesquisadora, cada vez que tentava me aproximar do *espaço do viajante* eu era afastada, pois como bem considerou Augé (2012), este é um espaço tecido na e para a individualidade e para a solidão, por isso, aquele espaço não me cabia, mas que poderia muito bem ser explorado. Nesse sentido, busquei exercitar não só a observação participante, mas também realizar, ao invés de entrevistas, conversas informais com um roteiro aberto. Antes de tratarmos sobre o objeto deste tópico, apresento o contexto de interação com os turistas nas duas localidades.

O meu primeiro contato com turistas que visitavam o PNLN, via Barreirinhas, deu-se no âmbito do trabalho de campo ali realizado entre os dias 24 e 27 de julho de 2022, durante dois passeios para as lagoas *Azul* e *Bonita*, em uma manhã de domingo.

O passeio estava marcado para as 9:00. Acordei cedo e aproveitei para observar a dinâmica da cidade naquele horário, da sacada do quarto. A movimentação da rua calçada em bloquetes intertravados crescia ao som de pardais que se alinhavam nos cabos de energia e nas mangueiras floridas que dividiam as faixas da Avenida Brasília e, ao mesmo tempo, pelo meu ângulo de visão ali na pequena varanda, escondiam parte da nova Praça da Matriz, Zacarias Castro, inaugurada em novembro de 2021, que recebeu um chafariz que se ilumina coloridamente à noite, um coreto de madeira sem teto, bancos

também de madeira em estilo francês, um piso de cimento com um desenho de linhas fartas e curvas que se intercalam e sarapintam em tons de azul celeste e amarelo pálido que fazem alusão às lagoas e dunas, ao céu diurno sem nuvens e ao nascer e pôr do sol e, variados painéis fixos com fotografias de um lado e do outro, que remetem a símbolos da cultura barreirinhense e maranhense, como a farinha d'água, tiquira, vaquejada, mandioca, frutos, doces e artesanato de buriti, um caju vermelho em destaque, castanhas e doces de caju, e especificamente cenas de lugares da natureza que se tornaram atrações turísticas, como os frondosos manguezais, banhos em águas claras, o Rio Preguiças e suas nuances, e centralmente, as dunas, ora desertas, ora pisadas por turistas enfileirados, e lagoas, sempre cheias, variando entre o azul-turquesa e o verde-esmeralda.

Aguardei o início do café da manhã, que começava às 7:00. No salão em que era servido o café da manhã, dividido em três ambientes formando uma espécie de “U”, tocava uma sequência ininterrupta de bossa nova e já estava repleto de hóspedes, na sua grande maioria casais de turistas, deduzi, que já estavam aprontados em trajes apropriados para os passeios contratados no dia anterior, pois começavam às 8:00 para os diferentes destinos *fora e dentro* dos limites do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Uma hora depois começaria o meu passeio.

A *toyota*, como chamam o carro traçado próprio para atravessar os caminhos arenosos, autorizado e credenciado pelo ICMBio, já estava ocupada por quatro casais e um turista solitário. Ao total éramos onze pessoas, incluindo meu companheiro, ocupando os assentos dos três bancos disponibilizados. Havia um casal de Brasília e outro do Rio de Janeiro, e os demais maranhenses, estes de Imperatriz, Cedral e São Luís. Depois que todos estávamos acomodados, o guia Daniel fez a checagem, colocou nossas bebidas no *cooler* e pediu nossa atenção para ouvirmos as instruções sobre o percurso do passeio e parada para o almoço que seriam ditas pelo motorista Junior, que destacou a proibição do consumo de bebida alcóolica no interior do Parque, e que deveríamos escolher em grupos de quatro pessoas, uma das opções de refeições a serem servidas no Restaurante da Gracinete: galinha caipira, peixe serra assado ou carne assada, tão logo, para que fosse informado com antecedência para o seu preparo.

Depois, o motorista fez uma sugestão sobre a *ordem de visita*ção das lagoas, iniciando pela Lagoa Bonita e depois Lagoa Azul, com a justificativa de que nos últimos dias da chamada alta temporada, o tempo de espera no porto para a travessia de balsa que dá acesso às lagoas ultrapassava uma hora, chegando algumas vezes, duas horas, devido

ao grande contingente de turistas nas derradeiras semanas de julho, período de férias escolares no Brasil e início das férias nos países estrangeiros.

Além disso, o motorista disse que aquela *sequência* Lagoa Bonita e Lagoa Azul, com a situação do extenso tempo de espera, traria uma maior comodidade e melhor aproveitamento do tempo nas lagoas para nós. Ao finalizar, uma das turistas, não-maranhense, indagou imediatamente a razão da daquela *sequência* sugerida: “eu queria entender por que essa ordem? Eu comprei o passeio e me disseram que primeiro seria Lagoa Azul e depois Lagoa Bonita! Alguma razão tem para ter essa ordem!”. Esse questionamento causou um pequeno silêncio, que logo foi interrompido com a repetição do questionamento por outro turista, desta vez maranhense: “hen-hein, é mesmo, alguma razão deve ter para ser essa ordem. Por que mudar? Eu queria entender!”. O motorista fez um gesto de descontentamento por debaixo dos óculos e novamente fez sua proposição, sendo novamente inquirido, mas logo decidiu propor uma votação. Decidimos, então, manter a sequência proposta pela agência de turismo contratada.

Partimos um pouco depois das 9:00, em direção ao Porto Santo Antônio, que tem esse nome por conta do povoado do outro lado do Rio Preguiças e caminho para as Lagoas. No trajeto ao Porto, fui avistando a paisagem de carnaubeiras, buritizais e outras espécies de plantas, também observei muitas construções de condomínios e casas de alto padrão e terrenos à venda e outros tantos que estavam cercados, com estacas e arames, e sua vegetação alta. Tivemos logo que parar por conta da fila que se formava a cada *toyota* que chegava com turistas e mais turistas. O relógio marcava exatamente 9:30. O guia aproveitou e perguntou se já tínhamos decidido a refeição que queríamos após a visitação da primeira lagoa. Os casais não-maranhenses escolheram galinha caipira e comentaram que ouviram de várias pessoas o que chamaram de “maior propaganda” desse prato que tinha um tempero e sabor únicos, assim que chegaram em Barreirinhas. Já os maranhenses ficaram entre a carne assada e a galinha caipira. Com a parada, começaram as conversas entre nós. Um dos turistas, chegou a duvidar se tínhamos tomado a decisão correta da sequência do passeio... Uma das turistas já entediada com aqueles poucos minutos de parada, que soube depois, tratar-se de uma professora de ensino fundamental de Brasília, deu o pontapé fundamental para o entrosamento do grupo: “e aí, vocês são de onde?”. Ela virou-se para todos e fez uma espécie de jogo de adivinhação de onde éramos a partir dos nossos sotaques: “vocês acham que sou de onde?”. Alguns não deram bola ao jogo e continuaram em silêncio. Aproveitei e descii do carro para fazer alguns registros fotográficos da fila que crescia a cada piscada. Notei que muitos turistas dos outros carros

fizeram o mesmo, desceram e começaram uma caminhada vagarosa rumo ao Porto para terem a dimensão da tal fila de carros. Diferente de mim, que voltei para o carro e peguei a conversa solta entre os casais. Dois do nosso grupo, primeiro Sr. Moisés e depois Daniel, aventuraram-se e rumaram para aquele intento. Daniel voltou cerca de 20 minutos depois, contanto que havia apenas uma balsa para transportar apenas 8 carros 4x4 em cada travessia, com duração entre quinze a dezessete minutos. Brinquei que ele cronometrou tudo. Além disso, contou que muitos turistas estavam aproveitando para consumirem cervejas antes de serem proibidos.

Essas informações tornaram-se conteúdo para nosso grupo conversar e prolongar um entrosamento, depois que descobrimos os lugares de onde vínhamos. O nosso carro andava poucos metros e parava e, logo se iniciava uma conversa que misturava reclamação e expectativa. Esse movimento se repetiu por quase vinte minutos. Foi nesse intervalo que um dos casais me contou em voz alta que estavam comemorando a lua-de-mel e tinham escolhido os “Lençóis Maranhenses” como destino de viagem para comemorar o casamento recente, cuja hospedagem tinha sido reservada desde abril, sendo “disputadíssima” consegui-la, reforçou a esposa. Todos bateram palmas e animados soltaram elogios “que lindo!”, “que fofo!”, “parabéns!”, “escolheram o lugar certo!”. Outro casal comentou que estavam fazendo a Trilha das Emoções, faltando conhecer os Lençóis Maranhenses e Jericoacoara. Demonstavam estar bem animados de “ver ao vivo” aquilo que conheciam “só por fotografia”. O turista solitário contou que decidiu se aventurar nos passeios e conhecer os Lençóis Maranhenses, aproveitando a sua folga do trabalho que estava realizando na cidade de Barreirinhas, que era o de instalação de placas solares no hotel em que estava hospedado. Um dos casais, ainda muito tímidos, não falaram e quase não interagiam. A esposa do Sr. Moisés, que àquela altura ainda não tinha voltado, disse que estavam aproveitando as férias, e escolheram os Lençóis porque ainda não conheciam.

Pareceu-me que tinha se instalado uma ordem, e como eu estava no último banco, antes que eu falasse, deduziram que eu era fotógrafa por conta da máquina fotográfica que carregava, e meu companheiro, jornalista, porque fazia perguntas e explicava alguns costumes do Maranhão. Sorri e disse que não era fotógrafa, respondi apenas que era professora e pesquisadora, e estava interessada em conhecer a dinâmica do turismo em Barreirinhas, sem entrar em muitos detalhes, que seriam explicados somente no final do passeio, quando inclusive criamos um grupo de WhatsApp. Não demorou muito para descermos todos do carro e caminharmos, em grupos separados até

o porto, em um trajeto reto, entre a fila de toyotas e de muros de casas. Em alguns minutos cheguei e me deparei com um apinhado de carros, turistas, vendedores, guias, motoristas, barqueiros, nativos. Do meu lado esquerdo, concentravam-se quatro barracas que vendiam coco gelado, churrasquinho, suquinho, água, roupas de banho, saídas de praia, óculos de sol, chapéus, bonés, capas à prova d'água para celular, pequenos *souvenirs*, e uma barraca de Bilheteria da Balsa. Do meu lado direito, havia duas lojas de conveniência, o Posto de Fiscalização – Voucher Digital – Travessia Santo Antônio, inaugurada em 05 de fevereiro de 2018, como dizia a placa de identificação na pequena estrutura de alvenaria com uma pintura desbotada em branco, amarelo e verde, quase confundida com um quiosque, e uma cabana sem paredes, piso em madeira, teto de palha e cinco mesas redondas divididas e organizadas simetricamente naquele espaço que serve para aguardar o embarque. Alguns turistas estavam por ali em pé, bebendo cerveja e água de coco, outros tiravam fotos. Outros turistas se aglomeravam dentro e fora da conveniência com *long necks* na mão, mas também nas barracas experimentando chapéus e saídas de praia. Outros estavam sentados nas calçadas das conveniências e do posto de fiscalização. As toyotas manobravam no pouco espaço que tinha na pista asfaltada e se enfileiravam em ré assim que a balsa vazia era avistada no meio do rio. Mais uma leva de turistas e toyotas se organizavam em fila para entrar na balsa para atravessar antes da nossa vez. Enquanto isso, fiz algumas fotografias. Finalmente chegou a nossa vez! Os semblantes se abriram, muitos burburinhos e sorrisos. Houve quem pegasse uma última latinha de cerveja para beber na travessia de 7 minutos.

Assim que aportamos do outro lado, direcionamo-nos para nossas respectivas toyotas, e ali começou uma disputa de qual carro partiria primeiro. Logo paramos para a fiscalização do ICMBio, em que foi inspecionado rapidamente o carro, os *coolers*, sacolas e bolsas. Seguimos o caminho até a primeira lagoa. Em pouquíssimo tempo, estávamos sozinhos na estrada para, de quando em quando, avistar um carro indo ou voltando com turistas silenciosos e outros animados. Ao longo do caminho não conseguimos conversar muito, apenas apreciar a vista e interagir com gritos animados com outros grupos de turistas que passavam, recebendo em troca outros gritos animados. As poucas frases ditas eram abafadas pelo som do motor e ritmadas pelo forte sacolejo do carro, que se afundava em trechos alagados e na areia fofa.

O primeiro trecho demorou quarenta minutos, chegamos por volta das 11:30. Quando minha vista alcançou o branco das dunas, sabia que estava próximo. O motorista parou o carro em uma parte alta, já nas dunas, e disse: “chegamos!”. Deu novas instruções.

Disse que pararíamos primeiro na *Lagoa da Preguiça* e que teríamos 30 minutos para aproveitar aquele espaço. Depois iríamos para a *Lagoa Azul* em um trajeto a pé e lá teríamos mais um tempo de igual quantidade. Disse que o guia iria nos acompanhar. Antes de descer olhei para trás e vi bem distante, na parte baixa, plana e úmida, o aglomerado de *toyotas* que pareciam brinquedos diante daquela vastidão. Era ali que se reuniam para aguardar os turistas. À minha frente, dunas em sua branquidão e a primeira lagoa esverdeada a ser apreciada, chamada *Lagoa da Preguiça*. A luz do sol, ao meio-dia, refletida nas dunas e lagoas tornava aquela paisagem ainda mais nítida, mas também incômoda para a sensibilidade dos olhos e da pele. Saí do carro e fui em direção à lagoa. Observei três casais do nosso grupo, além de outros turistas que chegaram na mesma hora que nós, pararem na primeira duna para tirar fotos, enquadrando um trecho da Lagoa da Preguiça livre de pessoas. Diante de mim, esses casais performavam e encenavam para as câmeras de celular, produzindo registros fotográficos ao invés de correrem para a lagoa. Eu também fiquei por ali “tirando fotos” da paisagem circulando em meu próprio eixo: girava meu corpo e clicava, dando uma volta de 360° até voltar ao ponto inicial. De longe vi, através da lente da máquina fotográfica, parte da lagoa apinhada de turistas: se refrescavam em meio àquele calor, tiravam fotos, nadavam, jogavam água para cima e em outros, sentavam na areia úmida, rolavam das dunas... outros caminhavam nas margens da lagoa, e muitos, àquela altura já seguiam para a *Lagoa Azul*, principal lagoa daquele circuito, tentando se proteger do sol a pino e se equilibrar entre a areia fina, seca e quente, que produz nessas condições uma instabilidade aos pés que se afundam a cada passo.

Nosso grupo, enfim, se reuniu na lagoa e em meio a uma foto e outra, um mergulho e outro, perguntei para a senhora que estava próxima de mim o que estava achando. Ela me respondeu que aquele lugar era “maravilhoso, de natureza perfeita”. Ao fazer esse comentário, contou-me que estava aliviada e relaxada porque a viagem tinha dado certo, pois tinha, sem querer, pagado o pacote de viagem em pix em vez de ter parcelado e que todo o estresse envolvido tinha se repercutido em seu corpo, produzindo pequenas feridas vermelhas em seu lábio inferior, mas disse que estava “tão feliz” que só precisava mesmo era besuntar a pele de protetor e proteger as feridas que já estavam cicatrizando. Para o casal que só “conhecia os Lençóis Maranhenses de foto” perguntei o que estavam achando. Disseram-me com sorriso largo que “era mil vezes mais lindo que a foto” e que não estavam acreditando naquele lugar, e ela repetia para mim “isso aqui é surreal! É muito surreal!”. Não houve quem não concordasse! A turista maranhense de

Cedral soltou algo do tipo “Meu Deus, aqui é perfeito!”; e alguém do grupo que não consigo lembrar disse “isso aqui é a verdadeira natureza, isso aqui é o paraíso!”. Enquanto aproveitávamos aquele banho, observei que nosso guia Daniel estava de frente para nosso grupo, em posição ereta, com as mãos cruzadas para trás, observando-nos através dos óculos de sol de lentes escuras. Uma das pessoas do nosso grupo perguntou por que ele não entrava na água para se refrescar como estávamos fazendo, mas ele prontamente recusou, sugerindo, então, que poderia tirar uma foto do grupo. Topamos e cedi minha máquina fotográfica e dei a ele algumas instruções e voltei correndo para a água para me posicionar junto ao grupo. Ele fez algumas fotos e depois guardou a câmera fotográfica dentro do chapéu junto com as nossas roupas secas. Poucos minutos, vendo nossa interação na água, cedeu ao pedido e entrou na lagoa, dizendo “já que vocês insistem tanto, vou entrar para banhar com vocês”. Todos bateram palma.

No primeiro momento, a sua recusa me indicou um comportamento regrado de um corpo e de um tempo voltados para o trabalho de guia, que deveria estar atento e vigilante. No segundo momento, a sua aceitação, me fazia pensar que o ato de tirar a foto e o de entrar na lagoa junto ao seu grupo poderia indicar etapas do trabalho de um guia no processo de interação com os turistas, que implicaria em uma avaliação do seu atendimento, sendo comunicada ou não, à empresa que estava vinculado. Ele foi o primeiro a sair da água e depois de se secar rapidamente ao sol, chamou o grupo para seguir para a *Lagoa Azul*. Obedecemos prontamente. Ele ditava os ritmos dos passos e desenhava com suas pegadas o caminho para a próxima lagoa, que tinha um número ainda maior de turistas. Assim que chegamos, 12:10, mais fotos. Um dos casais se afastou da aglomeração para fazer seus registros fotográficos. Eu fiquei observando o comportamento dos turistas, mas fui logo interrompida por um vendedor que veio me oferecer suquinho. Antes que eu recusasse, ele disse de uma vez só “não se preocupe que eu aceito pix, é bem baratinho, tem de buriti, bacuri, cupuaçu, coco e tapioca”. Eu disse que não queria. Não sentia fome, nem sede naquele momento. Queria mirar a paisagem. O casal de idosos tomou banho e rapidamente saiu e foi para o carro. Como ainda estava na areia e vi que os casais do nosso grupo estavam mais tirando fotos do que curtinho a água da lagoa, me ofereci para tirar fotos com minha máquina fotográfica para o casal que estava mais próximo de mim, como estratégia de interação, mas também para eu treinar minha fotografia. Brinquei e disse que cobraria o valor da galinha ao molho pardo e que uma foto garantiria meu almoço, e duas fotos garantiriam meu jantar. Entraram na brincadeira. Dentro da lagoa, posicionaram-se em uma parte que criou um ângulo com a

enquadramento sem outras pessoas, apenas com a água dessa vez azulada e as dunas alvas ao fundo. Fizemos várias poses, e diziam “só mais essa, só mais uma”. Isso chamou atenção dos outros casais do nosso grupo, e senti que também queriam tirar fotos, mas que estavam envergonhados de pedir. Ofereci, então, para todos, inclusive para o turista solitário. Foram para o mesmo ponto do primeiro casal, cujo enquadramento oferecia uma visão “limpa” da paisagem de dunas sinuosas e águas calmas. Acho que fiquei uns quinze minutos fazendo registros de 3 casais e do turista solitário. Disse ao final para todos que minhas despesas naquela viagem estavam todos pagas. Caímos na risada. Fui interrompida pelo guia dizendo que já estava chegando a hora de irmos para o almoço. Apressei-me e caí na água para aproveitar um pouco a lagoa. Às 12:40, o guia disse que era hora de ir embora. Um dos casais estava relutante, principalmente a moça, que disse “não quero sair da água, quero ficar mais um pouco!”. Saiu e voltou para a água umas três vezes. Na areia, percebendo que teria que ir embora, parou para apreciar a paisagem e disse “vou até tirar os óculos para ver as cores verdadeiras disso tudo! Olhou como são lindas? É surreal! Queriam uma música para marcar esse momento! Gente, cantem uma música para eu guardar para sempre esse momento! Qual música vocês acham que combinaria para esse momento? Amor, tira mais uma foto!”. Não consegui pensar em nenhuma música os outros por ali também não, minha cabeça estava vazia.

Descontente por não termos cantando nenhuma música e pela insistência do guia, ela viu que não tinha mais jeito, calçou suas chinelas, vestiu sua calça transparente de renda preta, ajeitou os óculos e caminhou ao meu lado em direção ao carro. Ela se virava e caminhava lentamente de costas para o carro e de frente para a paisagem que ia ficando menor a cada passada e me contava que seu primeiro trabalho foi com fotografia, que era assistente de um fotógrafo de casamento famoso de sua cidade, e que aprendeu algumas técnicas naquela época de adolescente. Como ela tocou no assunto de fotografia, perguntei o que ela achou da *Lagoa Azul*, se era como nas fotografias que ela tinha visto. Ela me explicou que “era infinitamente melhor e mais bonito”. Dizia repetidamente para mim “É surreal, é surreal!”. Por que é surreal? perguntei. Ela respondeu que “nunca tinha visto nada igual”, e que não existiria “nada parecido em nenhum outro lugar do mundo”, que parecia “um sonho” e um “cenário de filme”. E voltava a repetir: “é surreal, é surreal!”. Fomos uns dos últimos grupos a sair. Já no carro, os comentários foram sobre a beleza do lugar, das cores e temperaturas das lagoas e das dunas, e a expectativa do almoço e a tal galinha caipira que finalmente iriam degustar. Saímos dali por volta das 12:50.

Descemos as dunas e seguimos por estreitos caminhos, ora secos, ora enxarcados, com elevações e depressões, margeados pela vegetação de restinga. Nosso trajeto foi marcado pela trepidação e sacolejo, e pelo som alto e exaustivo das arrancadas do motor. Mal conseguíamos nos ouvir. O silêncio reinava por bons minutos. Cerca de quarenta minutos depois fomos interrompidos por um outro carro que estava parado ocupando toda a estrada, com o capô aberto e alguns turistas na beira da estrada debaixo de alguma sombra. Nosso motorista parou e junto com o guia foram em direção ao carro com problema e tentaram ajudar de alguma forma para liberar a estrada. Voltaram e disseram que o problema era no pedal de embreagem. Foi cogitada a possibilidade de os turistas voltarem ao restaurante conosco, mas o carro não cabia pela quantidade de pessoas. Todos descemos do nosso carro e os homens foram ajudar no que podiam. Fizeram uma espécie de corrente para retirar o carro e livrar a estrada para passarmos. Toda aquela ação demorou uns quinze minutos. Os turistas daquele carro àquela altura já tinham voltado a pé para o restaurante.

Com a estrada liberada pudemos seguir, entretanto, cerca de dez minutos depois, nosso carro começou a fumaçar, indicando um superaquecimento do motor. Alguns desceram novamente, assim como eu. Outros permaneceram no carro. O motorista repôs água no radiador e pediu que esperássemos um pouco para que o motor esfriasse. Perto das 14:00 horas tomamos a estrada novamente. Dez minutos depois chegamos ao Restaurante da Regiane, anunciado em uma placa de madeira em letras garrafais pintadas de vermelho e azul no fim de um caminho de estacas. O motorista, ao descer do carro, acenou onde deveríamos seguir. O guia nos acompanhou até as mesas e explicou que poderíamos fazer os pedidos aos atendentes que estavam identificados com um avental vermelho. Assim que nos sentamos, vi o guia tomar outra direção para outra estrutura que recebe guias e motoristas para o almoço. O restaurante está localizado em um amplo terreno cercado, em que também fica a residência da família de Dona Regiane, que não estava naquele dia, pois estava em Barreirinhas, acompanhando o seu esposo que estava internado depois de sofrer um AVC, conforme me falou seu sobrinho que estava tomando conta do restaurante.

Estacas finas de madeira, fincadas de forma esparsada na areia desenham o caminho de acesso à ampla cabana aberta, retangular, coberta de palhas, com os caibros à mostra, de chão cimentado demarcado por tijolos, com seis grandes mesas de madeira também retangulares, cobertas com toalhas quadriculadas em vermelho e branco, e cadeiras verdes e lilases de plástico. Em volta da cabana, o espaço é tomado de plantas

de várias espécies, várias placas e letreiros com frases motivacionais, espreguiçadeiras, cadeiras de balanço, vasos, enfeites suspensos, conformando um imenso colorido ao ambiente. Próximo à cerca estavam muitas garrafas *long necks* vazias, que repousavam aguardando seu reaproveitamento, mas me davam uma ideia do consumo de cervejas que era feito no restaurante.

Enquanto a comida era aprontada, aproveitei e fiz um pequeno *tour* pela propriedade. Na casa principal, toda avarandada, um dos lados era ocupado por mais três mesas para servir as refeições, e na entrada, um redário com cinco coloridas redes de algodão para descanso depois do almoço, todas ocupadas naquele momento. Próximo à cabana tem uma estrutura de alvenaria, que lembra uma pequena quitanda, com produtos que são oferecidos e vendidos para os que ali passam: castanha de caju, artesanato de fibra de buriti, cachaças artesanais de abacaxi e buriti, tiquira, doces de buriti, e outros pequenos mantimentos. Ao fundo da cabana, há um caminho feito com garrafas pet cheias d'água que levam aos banheiros feito de alvenaria, e daquele ponto conseguimos avistar o igarapé escondido entre os buritizeiros. Quando desci para olhar o igarapé vi a fumaça se esvaindo da churrasqueira improvisada, um cheiro de peixe assado estava impregnado no ar. Alguns trabalhadores estavam limpando o terreno ali por perto, amontoando folhas secas que caíam das inúmeras árvores que tinham na propriedade. Saí dali quando um grupo de turistas chegou animado para tomar banho no igarapé. Ouvi um comentário de uma das mulheres que disse “agora sim, um lugar com sombra pra banhar sem o sacrifício de subir e descer dunas de areia quente”. Nem todo turista é animado para os banhos das lagoas dos Lençóis, pensei comigo. Voltei e me sentei à mesa reservada para o nosso grupo e a comida tinha acabado de ser servida.

Durante o almoço muitos elogios à galinha caipira. Ocorreu um pequeno debate sobre o tempero e os acompanhamentos do prato, como o pirão. Um dos maranhenses levantou a discussão sobre a diferença do pirão e o angu. A farinha d'água também foi assunto de debate e elogios. Tivemos de comer com certa rapidez porque já tínhamos um atraso acumulado. Nem conseguimos descansar no redário, logo fomos chamados pelo guia Daniel para o passeio na *Lagoa Bonita*. Saímos do restaurante às 15:40.

Em pouco tempo na estrada fomos novamente parados para a fiscalização do ICMBio, dessa vez havia alguns policiais militares. O caminho trepidante para a *Lagoa Bonita* demorou cerca de trinta minutos, sem muita conversa. De longe avistei a escadaria que nos levaria às dunas e lagoas. Paramos em um campo aberto e descampado que serve como um grande estacionamento para as toyotas. O motorista deu novas instruções sobre

o cuidado com os pertences e o horário, indicando o caminho a seguir e comentando que somente o guia iria conosco, pois os motoristas permanecem no estacionamento, vigiando os carros, realizando pequenas manutenções, interagindo com jogos de cartas e pequenos grupos de conversa.

Enquanto os turistas seguiam para a lagoa, voltei ao começo do estacionamento para fazer alguns registros fotográficos, e à distância tive noção da quantidade de carros parados e de turistas que tomavam o espaço e se avolumavam na escadaria construída sobre uma imensa duna. Caminhei até chegar à placa que indicava o Circuito da Lagoa Bonita, um pouco coberta pelas folhas de um cajueiro, afixada em um suporte de madeira, que lembrava uma cerca. Depois da placa me deparei com uma área alagada que formava uma lagoa amarronzada, onde uma mãe banhava seu bebê. De frente para a grande duna estavam quatro pequenas barracas cobertas de palha que vendem artesanato, bebidas, bolos, biscoitos, castanhas, tapioca, em que se pode fazer um lanche antes ou depois do passeio na lagoa. Contornei, então, a lagoa para subir a escadaria que estava tomada por turistas que fotografavam em cada parada para tomar um fôlego. À medida em que subia a escadaria parava para registrar a paisagem que estava às minhas costas e via sob novo ângulo a quantidade de carros lá embaixo e tentava imaginar qual a trilha que tínhamos feito sob a densa vegetação. Também fotografava à minha frente a disputa de turistas que tentavam chegar logo às lagoas. Quando cheguei ao topo, entre tantas pessoas que ficavam imóveis e chocadas, ouvia exclamações “Meu Deus!” “Que lindo!”, e me deparei com uma imensidão de dunas alvas a perder de vista, várias lagoas esverdeadas, filas de turistas ao longe que deixam um rastro na areia, e turistas próximos performando poses para suas fotografias.

Figura 37: Panorâmica “volte-face” da paisagem do Passeio Lagoa Bonita, Barreirinhas



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Fiquei no topo por um tempo, ao lado da escadaria, para recobrar a energia, mas também para observar o comportamento dos turistas e captar o que falavam. Meus pensamentos foram interrompidos pelo anúncio de um dos vendedores que por ali estavam: “olha o suquinho *gusmet*! Tem de bacuri, buriti e cupuaçu, só frutas nativas. É apenas cinco reais. Pode pagar no pix. A senhora vai querer?”. Era um senhor já idoso, que aguardou o seu pagamento. Ouvi ele dizer que em breve desceria para reabastecer sua caixa de suquinhos. Assim como ele, outros vendedores se misturavam aos turistas e como eles, subiam e desciam as dunas. Depois de degustar o suquinho de bacuri, fui encontrar meu grupo. Deixei meus pertences na areia e entrei na lagoa. Aproveitei o banho, observando turistas eufóricos rolando pela areia para cair na água, outros pousando para o drone que passeada baixo, outros nadando, muito fazendo fotos dentro e fora da água, outros caminhando, outros sentados na beira da lagoa ou em cima das dunas, parados, contemplando a paisagem. A visitação durou menos de duas horas, até o momento em que fomos chamados pelo nosso guia para ver o pôr do sol e finalizar o passeio. Todos os turistas foram se amontando próximo à escadaria para ver o pôr do sol. Com a tarde caindo, muitos já desciam para encontrar seus carros e retornar à

Barreirinhas. Quando descí, ouvi do guia a sugestão de que eu descesse não pela escadaria, mas pela duna, para “sentir mais emoção”, o que acabei fazendo com outros turistas. Ainda ficaram para trás muitos turistas, mas encontrei vários deles já lanchando café e tapioca nas barracas. Segui para o estacionamento para encontrar nossa toyota e meu grupo já estava completo. Não demoramos partir.

O trajeto do nosso retorno demorou quase duas horas, em meio à escuridão iluminada por faróis de outros carros ao longe, e de uma casa ou outra que avistava. Mais uma fila se formou no porto para a travessia da balsa que levava quatro carros dessa vez. Aproveitei e fiz um grupo de WhatsApp para passar as fotos. No pequeno porto havia lojas de artesanato e lanchonetes que estavam na sua maioria fechadas. Na rua, várias mesas, de plástico e de madeira, cobertas com toalhas coloridas, serviam como expositoras de lanches e bebidas para turistas, que mal notaram ou davam atenção porque o interesse naquele momento se voltou para os banheiros e para a balsa que ia e vinha. Foi naquele momento de espera que uma das turistas do nosso grupo comentou sobre sua experiência nos Lençóis Maranhenses, e me relatou que tinha finalmente realizado “um sonho antigo de conhecer os Lençóis Maranhenses só depois que encontrasse o amor da sua vida”.

Desembarcamos na sede, e cada casal era levado para o hotel ou pousada em que estavam hospedados. Ainda no carro, combinamos de finalizar a noite na Beira Rio, passando primeiro em uma sorveteria, próxima à Praça da Matriz. Conseguimos nos encontrar, com a ausência de dois casais, que já tinham rumado para a Beira Rio. Ficamos ali pela praça, sentados nos banquinhos de frente para o chafariz de águas coloridas. Comentamos sobre o passeio, de como foi cansativo, mas que tinha valido a pena, pela experiência emocionante de ver os Lençóis Maranhenses em todo o seu encanto. Os termos que mais se repetiam para definir os Lençóis Maranhenses foram: *beleza, paraíso, surreal, natureza perfeita*. Um dos casais falou que iriam seguir a Rota das Emoções, indo para Jericoacoara, no dia seguinte, depois que viessem do passeio de Atins. Os outros dois casais iriam continuar em Barreirinhas para fazer o passeio nos Pequenos Lençóis. Ainda iriam decidir se fariam o passeio para Atins. Fomos pouco a pouco nos despedindo e combinando de nos encontrarmos mais tarde em algum lugar da Beira Rio.

Além desse grupo de turistas, abordei outros, em outros ambientes: nas agências, durante a espera para os passeios, no próprio hotel em que estava hospedada e nas minhas caminhadas pelo centro da cidade.

Em Santo Amaro, meu contato com os turistas que realizaram passeios naquela localidade do PNLN, deu-se no âmbito da etapa 5 de trabalho de campo, ocorrida entre os dias 20 e 22 de agosto, ainda na alta temporada. Começou em São Luís, na verdade, com um grupo de excursão *bate-volta* de final de semana. O ponto de encontro foi marcado em um posto de gasolina perto da entrada/saída da capital, no bairro Tirirical, às 4:00, de um sábado.

Cheguei mais cedo para acompanhar a dinâmica dessa modalidade de turismo. Quando ali cheguei, observei que já havia vários ônibus e vans aguardando os seus respectivos passageiros também para ir a Santo Amaro e Barreirinhas. A primeira parte do nosso grupo de excursão saiu do bairro da Cohab, chegando no ponto de encontro um pouco antes do horário combinado. Uma fila foi organizada para nossa identificação, para a colocação das pulseirinhas do voucher antes de entramos no ônibus. Depois que todos estávamos acomodados, a guia designada pela empresa contratada, começou a explicar as regras que deveríamos seguir: não retirar as pulseiras, não consumir bebida alcoólica no interior do Parque, não se distanciar do grupo, obedecer aos horários de chegada e saída dos atrativos, atentar para o que estava incluído e não incluso no pacote de viagem, comunicar qualquer dúvida com a guia.

Depois que se apagaram as luzes, praticamente todos dormiram. Nossa primeira parada, para um rápido café, de 15 minutos, foi no Restaurante Fazendinha, na altura do município de Morros, já com o dia clareando. Voltamos ao ônibus e pude notar naquele momento que os assentos estavam todos ocupados. Então, nosso grupo tinha 56 pessoas, fora a guia.

Chegamos em Santo Amaro um pouco antes das 9:00 e fomos para um ponto de apoio, Restaurante Recanto do Paraíso, no bairro Sansão. Tínhamos a opção de deixarmos nossas coisas lá para seguirmos para o primeiro atrativo: banho no Rio Alegre. Chegamos em menos de 10 minutos a esse destino. Nesse atrativo se poderia tomar banho e fazer passeio de voadeira. Muitos ficaram pelas barraquinhas do bar consumindo bebidas e petiscos. Outros subgrupos que haviam levado suas próprias bebidas e comidas, decidiram ficar na areia, próximo ao rio. Eu fiquei circulando, tentando compreender aquela dinâmica. Consegui captar, em meio ao som alto da música que tocava, comentários de alguns turistas se lamentando, porque se sentiram surpresos com essa parte do passeio, que não estava descrito na hora da compra, pois acreditavam que iríamos direto para as lagoas. É interessante pensar que o banho no Rio Alegre é incluído nos pacotes de viagem *bate-volta* devido à sua facilidade de acesso.

Figura 38: Vista panorâmica do atrativo Rio Alegre, Santo Amaro



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Além disso, pelo fato da diferença crucial de Santo Amaro em relação à Barreirinhas: a proximidade do núcleo urbano, que concentra a maior parte infraestrutura turística, com as áreas de visitação do PNLN. Ouvei recorrentemente dos meus interlocutores de pesquisa nativos que “o parque está praticamente dentro da sede de Santo Amaro”.

Ouvei de um grupo de garotas altamente produzidas comentarem: “é aqui que é o passeio? Não acredito não, mermã!”. Esse comentário me fez pensar naquele momento que as garotas estavam operando um imaginário social, com determinadas imagens dos Lençóis Maranhenses que, neste caso, não incluía rio nenhum. Parecia não haver nada de espetaculoso, por isso a frustração. Além disso, parte da frustração inicial, não somente das garotas, mas da maioria das pessoas que consegui notar pelo semblante, deve-se ao fato de que estavam em um espaço já ocupado por outros que não eram turistas; nativos já estavam por ali, jogando sinuca, aproveitando a música, bebendo sua cervejinha, pescando, fazendo churrasco. Neste caso, pensando com Augé (2012), o *espaço do turista* estava ameaçado e fragilizado.

Essa parte do passeio durou três horas. Ao meio-dia fomos chamados de volta aos carros para seguirmos para o restaurante. Nesse momento tive uma pequena interação

com duas turistas que eram de Manaus e visitavam o PNLM pela primeira vez. Comentaram sobre suas frustrações daquela parte do passeio, mas que aproveitaram o banho de rio. E que aguardavam o desenrolar no passeio na parte da tarde.

Chegamos ao Restaurante. O grupo foi reunido pela guia para mais instruções de como proceder no espaço do restaurante durante aquele momento e informações sobre o roteiro da parte da tarde. Mais uma fila: receber os *tickets* para o almoço, já incluso no valor do pacote. Depois dessa fila, seguimos para a fila do almoço. Foi servido arroz, feijão, farofa, macarrão, salada, torta de camarão, carne assada e carne cozida. Depois da refeição, tentando me livrar do sono, aproveitei para circular pelo restaurante e estabelecer contato com os turistas. Naquele intervalo, tive uma interação com alguns turistas, entre um cafezinho e outro. Dois casais ludovicenses com seus respectivos filhos pequenos. Dois turistas do Ceará. E as duas amigas de Manaus. A conversa foi aleatória e trivial no início até chegarmos ao tema de viagens. Cada um foi dizendo os lugares que já tinha conhecido e, em alguns casos, estabeleciam comparações com os Lençóis Maranhenses. Tentei direcionar algumas perguntas como: o que acharam do banho do rio? É a primeira vez que vocês vêm a Santo Amaro para conhecer os Lençóis Maranhenses? Por que decidiram vir aos Lençóis Maranhenses via Santo Amaro?

A partir dali, seguimos juntos, em um subgrupo, para a segunda parte do passeio, que duraria três horas e meia. Do Restaurante para o Posto de Fiscalização foi um pulo. Em 20 minutos já estávamos nas primeiras lagoas: Peixe e Recanto. E mais tarde, Gaivota.

É importante pontuar que esse circuito está fora dos limites do PNLM, pertencendo aos limites do Parque Municipal de Santo Amaro, ainda em processo de regularização. Mas é anunciado e vendido por algumas agências como sendo parte dos Lençóis Maranhenses. Senti que isso pouco importava para os turistas que estavam eufóricos e extasiados com o que viam.

Nosso subgrupo, ora ficava mais próximo, ora mais distante, pois todos buscavam aproveitar ao máximo, circulando pelas dunas e lagoas para tirar fotos, andar de quadriciclo, e principalmente mergulhar nas lagoas. Depois de quase três horas, o motorista da toyota que também era guia, começou a nos chamar para irmos em direção à duna em que seria o ponto para apreciação do pôr do sol, que é a parte final do passeio que estávamos fazendo. Instiguei o guia sobre o nome da duna já que ela foi definida para um momento de encerramento do passeio daquele circuito. Ele me respondeu que “o pessoal ainda não botou nome”, apenas sinalizando que era uma “duna alta”, assim como outras próximas, conforme observei. É possível aludir, neste caso, que os recursos da

natureza não necessariamente precisam ter um nome oficial, ou serem *batizadas* para serem utilizadas como pontos/lugares de contemplação. Parece-me, também, que o fato de uma duna, utilizada como posto para contemplação do pôr do sol, ainda não ter nome pode significar uma espécie de teste dos “melhores lugares”, isto é, a partir de uma observação e do uso de visitação, os operadores do turismo vão compreendendo o comportamento das dunas e lagoas ao longo das estações do ano, em termos de sua continuidade, para assim, “nomear a lagoa” para ser inscrita no rol de atrativos oferecidos e vendidos pelas agências.

A última parte do passeio era a contemplação da paisagem ao pôr do sol, no topo daquela duna alta. Quando ali chegamos, percebi um fluxo de grupo de turistas que saíam, e outros que chegavam. Alguns estavam sentados em cadeiras coloridas em seu momento de apreciação, quem não tinha cadeira ficava em pé ou sentado na areia. Perguntei ao guia por que o pôr do sol era um atrativo, que me respondeu:

é porque o pôr do sol fica bonito pra fechar com chave de ouro o passeio, né, não? Ele fica mais bonito, *muda de qualidade*, o sol fica mais vermelho, fica mais bonito, e aí o pessoal gosta de tirar foto do pôr do sol e ter esse momento pra sempre (Motorista e guia local, Circuito Lagoa do Peixe e Gaivota, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022).

É significativo que o pôr do sol seja o encerramento do passeio turístico. Esse elemento da natureza é mobilizado para compor o *espaço do viajante*. Mas não é qualquer sol, é um sol que fica “mais vermelho”⁹⁶, mais bonito”, *muda de qualidade* para ser apreciado, elemento integrante da paisagem como cenário e da natureza como paraíso. Podemos dizer que o Sol é ressignificado para compor a mercadoria natureza no contexto do turismo no PNLN, vendida e consumida através de passeios. Se fizermos uma digressão e olharmos para nossa história, enquanto nação, podemos identificar o destaque desse elemento da natureza na construção do nosso *mito fundador* de um *paraíso terreal* com uma natureza grandiosa. Rocha Pitta, por exemplo, um dos agentes desse processo, em História da América Portuguesa, escreveu que “o sol em nenhum outro hemisfério tem os raios tão dourados” (SCHWARCZ, 2008).

⁹⁶ João do Vale, compositor e cantor maranhense, em “Na asa do vento” (1981), canta em certo trecho “o sol tem rastro vermelho, é o mar o grande espelho onde os dois vão se mirar”. Sol e mar compõem o cenário da natureza para que os personagens da canção “se mire”, isto é, e vejam na própria natureza. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZkhgZ8MYRh8>>. Acesso em 08 de fev. 2022.

A historiadora brasileira Lilia Moritz Schwarcz (2008), em *O Sol do Brasil*, explora a vida e obra do artista francês Nicolas-Antoine Taunay, pintor de paisagem integrante da Missão Francesa no Brasil, para pensar como as imagens e narrativas produzidas pelo artista em terras brasileiras ajudaram a compor uma ideia e uma visualidade de Brasil. O sol estava presente não somente nas pinturas de Taunay, mas como um representante máximo da natureza brasileira no imaginário do artista, já que entendia que o Brasil era um lugar luminoso, em que aqui o sol era exageradamente forte.

A artista norte-americana Penélope Umbrico elegeu o sol, principalmente no momento da sua despedida, como elemento não somente de reflexão, mas de intervenção artística. Desde 2006 reúne imagens de pores do sol extraídas do site dedicado à fotografia, Flickr, confrontando o sol em novas composições de imagens que descortinam narrativas coletivas contemporâneas tecidas em torno desse elemento central nas paisagens naturais. Dois trabalhos “Suns from Sunsets from Flickr” (2006)⁹⁷ e “Sunset Portraits from Sunsets Pictures on Flickr” (2010)⁹⁸ são bastante significativos para pensar “o sol” e o “pôr do sol” como elementos marcantes em fotografias cotidianas e principalmente de viagens turísticas. O último citado se aproxima das discussões que meus interlocutores indicam como momento de “chave de ouro” para encerramento dos passeios nos “Lençóis Maranhenses”. A artista explica sobre “Sunset Portraits from Sunsets Pictures on Flickr” (2010):

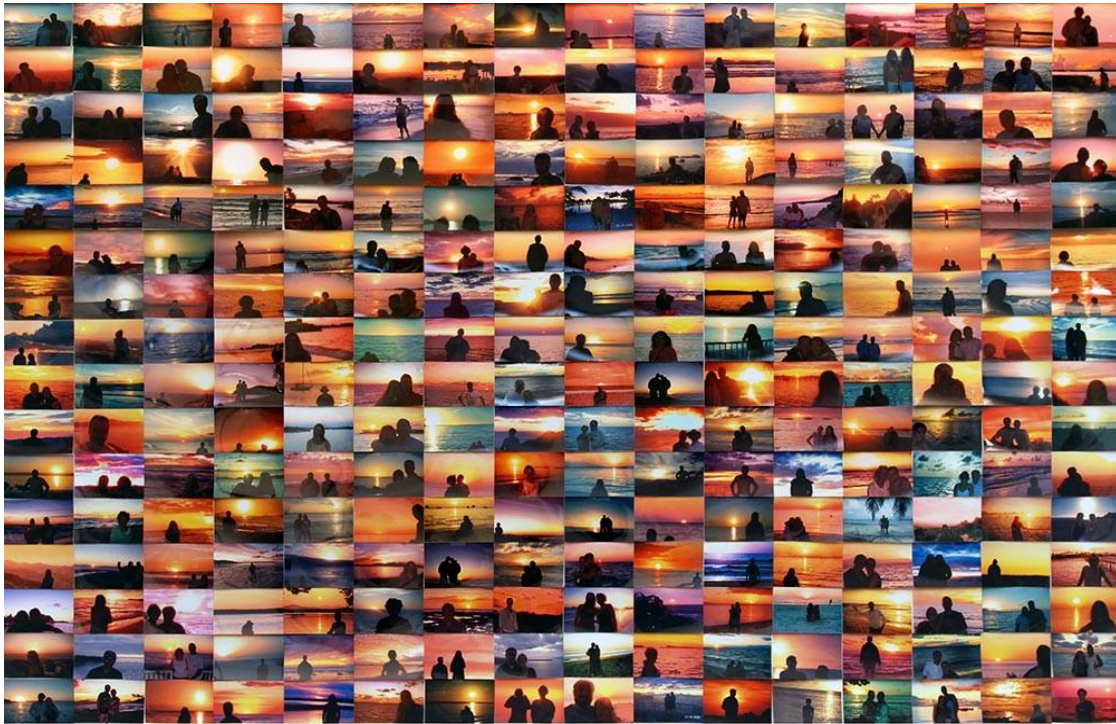
encontrei imagens onde a tecnologia da câmera está expondo para o sol, não para as pessoas que estão na frente dela, apagando assim a subjetividade do indivíduo. Utilizo toda a fotografia para este trabalho, pensando na relação entre o coletivo e o individual, a afirmação individual de “estou aqui” no processo de tirar a fotografia e a falta de individualidade que é expressa e experimentada, em última instância, diante de tantas afirmações que são mais ou menos todas iguais⁹⁹.

⁹⁷ Disponível em: <<http://www.penelopeumbrico.net/index.php/project/suns-from-sunsets-from-flickr/>>. Acesso em 08 de fev. 2022.

⁹⁸ Disponível em: <<http://www.penelopeumbrico.net/index.php/project/sunset-portraits/>>. Acesso em 08 de fev. 2022. Sobre a produção artística de Penélope Umbrico, ver ZORBAL (2017).

⁹⁹ Disponível em: <<http://www.penelopeumbrico.net/index.php/project/sunset-portraits/>>. Acesso em 08 de fev. 2022.

Figura 39: “Sunset Portraits from Sunsets Pictures on Flickr”



Fonte: Portfólio Penelope Umbrico, 2010.

O enquadramento do sol/pôr do sol, objeto de contemplação dos fotografados, observado pela autora em profusão e repetição nas milhares de fotografias naquele repositório de imagens também está presente nas muitas imagens que coletei, extraídas da rede social Instagram. Se o sol/pôr do sol estão presentes no conjunto de imagens de Umbrico e naquele construído por mim, temos ainda uma segunda aproximação, com uma diferença pontual. Na consideração da artista, o enquadramento da câmera fotográfica está “expondo para o sol, não para as pessoas que estão na *frente* dela, apagando assim a subjetividade do indivíduo”, conformando pessoas em silhuetas. Nas imagens que coletei, os turistas fotografados nas dunas estão todos de *costas* (para o fotógrafo e para o expectador) e de frente para o sol, que pode ser compreendido, se considerarmos Umbrico, como um apagamento ainda mais nítido da subjetividade do indivíduo-turista: não é possível distinguir suas faces, conhecer seus sorrisos, perceber seus semblantes, apenas notar seus gestos, perfis genéricos, pontos coloridos na imensidão da paisagem do PNLM. Estar de frente para o sol pode também significar um sentido de proximidade e apossamento do espaço, como diz Sontag (2012).

Um casal de turistas (ludovicenses) que abordei no circuito da Lagoa da Gaivota, narrou sua experiência do passeio. Era a primeira vez que visitavam os Lençóis

Maranhenses. Comentaram que vinham “olhando fotos há vários dias e a gente ficou planejando, planejando, aí nós decidimos: é agora. Aí decidimos fazer na data de hoje esse belíssimo passeio nos Lençóis Maranhenses”. Perguntei o que acharam do “Lençóis Maranhenses”, ao que o entrevistado respondeu:

Achei lindo, lindo. Essa paisagem é espetacular! Isso aqui é muito lindo, muito lindo mesmo. É um espetáculo! É coisa inexplicável dizer o que é isso aqui! Olha esse paraíso! Olha essas dunas! (Turista ludovicense, Circuito Lagoa do Peixe e Gaivota, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022).

Entre todas as percepções descritas pelo turista, chamou-se atenção o uso do termo *paraíso* para representar aquela porção dos Lençóis Maranhenses. Perguntei o que era paraíso, então, para ele, que me disse:

Pra mim, paraíso é isso aqui! É esquecer os problemas que se tem. Aqui é outro mundo, outra coisa. Só você ficar na imaginação como é que foi feito isso aqui... uma coisa de Deus! Como acontece de ter essas coisas aqui? Isso é coisa inexplicável, é coisa de Deus, é coisa mesmo do Senhor esse paraíso! (Turista ludovicense, Circuito Lagoa do Peixe e Gaivota, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022).

A representação dos “Lençóis Maranhenses” como paraíso, indicada pelo turista, leva-nos à recorrência dessa ideia no imaginário social que associa a natureza como paraíso criado por Deus, como um lugar de permanente harmonia, de eterna perfeição. É “outro mundo”, é um extra mundo, desassociado da realidade concreta e de quaisquer problemas que ela possa ter ou vir a ter. Os “Lençóis Maranhenses” como *paraíso*, dessa forma, conforma-se em um *não lugar* (AUGÉ, 2012), sem identidade, sem história, sem memória, e “sem problemas”.

As percepções dos turistas que tive contato e que pude conversar em Santo Amaro, giram em torno, principalmente, das noções de *beleza*, *paraíso* e *grandeza* da paisagem/natureza. Os termos: *lindo*, *lindeza*, *espetáculo*, *surreal*, *sonho* também foram utilizados para descrever e representar os lugares visitados nos passeios realizados em Santo Amaro: América, Ponta Verde, Andorinhas, Betânia, Emendadas (nos limites do PNLM) e Lagoa do Peixe, Recanto e Gaivota (nos limites do Parque Municipal de Santo Amaro).

Um jovem casal de turistas, ela, engenheira, do Rio de Janeiro e ele, biomédico, de Minas Gerais, apresentaram-me uma percepção distinta das que eu já vinha registrando. Esse casal estava hospedado na mesma pousada em que eu estava. Durante o café da manhã servido em um salão ao lado da pousada, encontrei-os e perguntei se poderia sentar à mesa com eles depois que expliquei brevemente meu interesse de pesquisa. Concordaram de imediato. À medida em que a conversa se desenrolava, perguntei o que acharam de Santo Amaro, dos Lençóis Maranhenses nesta parte do PNLN, e dos passeios que já tinham realizado. Primeiro comentaram que era a primeira vez em que estavam no PNLN, e decidiram, depois da sugestão de um amigo, seguir direto para Santo Amaro ao invés de Barreirinhas. Seu amigo enumerou uma série de “vantagens” que acabaram convencendo o casal, e que foi reproduzida em trecho da conversa. O tal amigo disse que Santo Amaro “era mais bonito”, “com passeios mais perto do lugar de hospedagem” e “mais simples”, em termos estruturais. Como o casal relatou que já tinha experienciado um turismo de mais contato com a natureza e com a população local em um “lugar rústico”, aliado à sugestão do amigo, optaram por Santo Amaro, que foi descrito por ela, como uma espécie de *Bacurau*.

Bacurau é nome de pássaro (*Nyctidromus albigollis*). Mas não era esse bacurau que a turista se referia, e sim, ao título de um filme em coprodução Brasil-França, de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles (2019), que se passa em um vilarejo de mesmo nome, localizado no sertão nordestino, mas que não consta mais no mapa do Brasil. O lugarejo sofre com inúmeros problemas estruturais, desde a falta d’água à ameaça de expropriação. As casas são simples, de pintura quase apagada. A paisagem de Bacurau é rústica. Bacurau é um pequeno ponto no vazio da paisagem. Bacurau é apresentado como longínquo, interiorano, de difícil acesso, logo na primeira cena.

A turista faz uma aproximação entre ficção e realidade. Daí a analogia de Bacurau para representar Santo Amaro. A comparação, portanto, situa-se em determinadas instâncias, como a infraestrutura, a economia e paisagem. Recentemente foi divulgado pelo IBGE que Santo Amaro figura entre as dez cidades do Maranhão em situação de extrema pobreza, o que poderia ter sido reforçado caso essa condição fosse noticiada à época da entrevista. Bacurau pode ser até mesmo uma metáfora para pensar a antítese do paraíso.

Essa longa exposição que situou minimamente a minha relação com os interlocutores de pesquisa e apresentou algumas percepções e representações do turista sobre a natureza dos “Lençóis Maranhenses” mostram-se como indícios para indicar que

o consumo da natureza comodificada pelos turistas se dá no *espaço do viajante* (AUGÉ, 2012), através de um processo ritual (TURNER, 2013 [1969], PEIRANO, 2002), marcado por etapas, comportamentos, performances, regras, normas, controle, vigilância, em que os operadores do turismo são os guias desse processo.

5 VISUALIDADES DA NATUREZA COMODIFICADA NO PNLM: entre o pitoresco e o instagramismo

“Assim como as fotos dão às pessoas a posse imaginária de um passado irreal, também ajudam a ajudar a tomar posse de um espaço. Assim, a fotografia desenvolve-se na esteira de uma das atividades modernas mais típicas: o turismo”.

(Susan Sontag).

Susan Sontag (2004) estabelece uma relação de proximidade entre a fotografia e turismo, e de forma específica, considera que as fotos ajudam de uma maneira decisiva a tomar posse de um espaço. Esses pressupostos da autora me servem de inspiração para balizar as questões tratadas neste último capítulo. Amplio seu pensamento à medida em que entendo que, não somente as fotografias, mas as imagens fixas e em movimento ajudam a pensar “a posse” de um espaço, isto é, o consumo do espaço turístico do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

Como vimos no capítulo anterior, os relatos dos turistas abordados na pesquisa indicam que as imagens fotográficas digitais dos “Lençóis Maranhenses” pesquisadas, principalmente na internet, mediam o processo de decisão de viajar a este destino, e contribuem para a construção de um imaginário sobre a natureza do lugar. Nesse sentido, incluímos as imagens produzidas por diferentes agentes, inclusive pelos próprios turistas, considerando-as como um mecanismo integrante do processo de commodificação da natureza, que age antes, durante e depois da viagem. Defendo a ideia de que tais imagens com suas legendas e narrativas, contêm uma espécie de película ideológica que naturaliza o olhar do turista, reforça o processo de commodificação da natureza e invisibiliza a existência das populações tradicionais que vivem no PNLM. A película ideológica é construída a partir de determinadas estéticas que podem ser identificadas como uma continuidade do pitoresco e a inclusão do instagramismo. Para desenvolver essas ideias, divido o presente capítulo em quatro tópicos. O primeiro, 5.1, trata da relação entre turismo e imagens a partir de uma perspectiva antropológica. Em seguida faço apresentação das imagens selecionadas sobre o PNLM para reflexão da relação entre turismo, imagem e natureza, no tópico 5.2. O tópico 5.3 reflete a película do pitoresco a partir da seleção de imagens e reflete sobre sua sobrevivência no processo de percepção da natureza do PNLM no âmbito do turismo que ali se realiza. O tópico 5.4, último deste

capítulo adiciona mais uma camada de reflexão, a partir da película do instagramismo que junto à estética do pitoresco conformam um tipo de imagem da natureza propícia a contemplação turística.

5.1 Turismo, Natureza e Imagens: primeiras aproximações antropológicas

O turismo, enquanto setor econômico, utiliza-se de imagens fixas e em movimento para fins da sua publicidade (CONCEIÇÃO e LONDERO, 2018). A utilização das imagens como um recurso importante no turismo subsidia expectativas e as decisões dos indivíduos em suas viagens turísticas (FONTENELE e MATOS, 2015), estas, deslocamentos voluntários específicos na história da humanidade (BANDUCCI JR., 2001).

Conforme Conceição e Londero (2018), as imagens turísticas “mostram paisagens, aspectos e singularidades de culturas específicas e, não raro, caracterizam e qualificam grandes porções de sociedades distintas dentro de um mesmo conceito imagético” (p. 202). Desta forma, o turismo, enquanto setor econômico, realiza por meio dos seus agentes a operação social da construção de imagens turísticas conformadoras de lugares e populações, contribuindo para uma visão redutora e estereotipada das sociedades e da natureza.

As imagens quando pensadas em relação ao turismo, conforme chamam atenção Fontenele e Matos (2015), na maioria das vezes, iniciam “o primeiro contato do indivíduo com o local que pretende conhecer futuramente” (p. 66), criando sensações capazes de conduzi-lo em suas buscas por novos tipos de descobertas (FONTENELE e MATOS, 2015), e apossamentos espaciais (SONTAG, 2004). Nesse sentido, a narrativa de um turista entrevistado na ocasião de um passeio bate-volta para o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, no circuito de lagoas Peixe e Gaivota, em Santo Amaro, indica-nos sobre o papel das imagens como ferramenta de primeiro contato e instrumento de criação de sensações condutoras para a viagem turística. Segundo o turista, que estava acompanhado de sua esposa:

A gente já vinha olhando fotos há vários dias e a gente ficou planejando, planejando, aí nós decidimos: é agora! Aí decidimos fazer na data de hoje esse

belíssimo passeio. Como eu tinha olhado nas fotos essas piscinas naturais e ficava imaginando as coisas mesmo cristalinas, essa água... (Turista ludovicense, Circuito Lagoa do Peixe e Gaivota, Santo Amaro, 20 de agosto de 2022).

Perguntei de onde vinham essas fotos, onde foram vistas. Segundo me informou o turista, as imagens “olhadas” que serviram para imaginar o lugar e planejar a ida ao lugar estavam em redes sociais de agências, como o *Facebook* e o *Instagram*. Assim, devemos compreender que as imagens produzidas ou utilizadas pelo turismo não são gratuitas, não são aleatórias, são pensadas e criadas para exercer mesmo essas funções que ajudam a constituir o *olhar do turista* (URRY, 1996).

Fontenele e Matos (2015) consideram que o turismo é capaz de proporcionar inúmeras sensações, e que algumas delas “só se fazem perceber mais significativamente por meio de certos recursos que facilitam a sua compreensão, dentre eles, a imagem” (p. 66). Dessa forma, segundo Conceição e Londero (2018, p. 217), “é possível afirmar que o olhar do turista se volta sempre para imagens que possam materializar uma ideia, uma expectativa”. A narrativa do nosso turista, acima exposto, é a explicação de como o *olhar do turista* (URRY, 1996) opera as imagens turísticas. A imagem, principalmente a fotográfica, “consegue combinar expectativas no imaginário das pessoas a ponto de conduzi-las em seus processos de escolha” (FONTENELE e MATOS, 2015). A fotografia, assim, faz parte do processo pelo qual as subjetividades se formam (URRY e CRAWSHAW, 1995).

Outro lado da relação entre turismo e imagem é apresentado por Sontag (2004), quando realiza uma crítica ao que chama de “lado predatório da fotografia” que se situa no “coração da aliança entre fotografia e turismo”, a partir do contexto norte-americano de expansão para o oeste e colonização dos índios americanos. Para a autora, quando se deu a conclusão da infraestrutura necessária para a incursão, colonização e apropriação do território, ocorreu também a colonização por meio da fotografia. A autora assim explica:

O lado predatório da fotografia situa-se no coração da aliança entre fotografia e turismo, que se manifestou de forma evidente nos Estados Unidos, antes de qualquer outro lugar. Após a expansão para o oeste, em 1869, com a conclusão da ferrovia transcontinental, veio a colonização por meio da fotografia. O caso dos índios americanos é o mais brutal. Amadores sérios e discretos como Vroman já estavam em ação desde o fim da Guerra Civil. Eram a vanguarda do exército de turistas que chegaram no fim do século, ávidos por “uma boa foto” da vida dos índios. Os turistas invadiram a privacidade dos índios,

fotografavam objetos sagrados, danças e locais sagrados, pagavam, se necessário, aos índios para posarem e induziam-nos a alterar suas cerimônias a fim de propiciar um material mais fotogênico (SONTAG, 2004, p. 79).

Esse lado predatório da fotografia no âmbito do turismo que nos fala Sontag, que produz a invasão de privacidades, de corpos, de objetos e locais sagrados, e altera a realidade em função de “uma boa foto” ou uma “foto mais fotogênica” só é possível porque lugares, culturas, objetos, natureza, apropriados para fins turísticos, são fabricados em um espaço que destitui a história, a memória, a identidade: o não lugar (AUGÉ, 2012). O *não lugar* na esfera do turismo, justifica assim, um comportamento predatório por parte de turistas.

Sontag, com essa perspectiva, construída ao longo da década de 1970, antecipa uma série de discussões que problematizam a relação entre turismo e imagem. Alguns exemplos são sintomáticos, nesse sentido. Em 2014, a jovem estudante norte-americana, Breanna Mitchell, postou em seu *Twitter* uma fotografia sua sorridente de uma viagem que tinha realizado, com a descrição “Selfie no Campo de Concentração de Auschwitz”, gerando uma série de críticas naquela rede social, mas que pareceu à época, pouco se importar. Antes mesmo, em 2012, a modelo brasileira Nana Gouvêa aparece performando, como uma modelo *sexy* e fatal, em meio aos destroços causados pelo furacão *Sandy* em Nova York. Em 2017, o artista israelense Shahak Shapira criou o projeto online *Yolocaust* (YOLO, acrônimo de “You Only Live Once” (“Só se vive uma vez”) e Holocaust)¹⁰⁰, em que manipulava fotograficamente imagens de visitantes em poses descontraídas e sorridentes no Memorial do Holocausto, Alemanha, produzindo, assim, uma crítica imagética e social do comportamento dos turistas em lugares inapropriados. Em 2019, o Museu de Auschwitz fez um post em seu *Twitter* pedindo que os visitantes (turistas) parassem de tirar fotos nos trilhos do campo de concentração, em poses que sugeriam a ação de estar se equilibrando em uma suposta simples e inocente brincadeira¹⁰¹.

Além disso, Sontag é fundamental, ainda hoje, nas reflexões em torno de novos objetos de estudos em diferentes áreas do conhecimento que problematizam a relação

¹⁰⁰ O artista retirou as imagens manipuladas do site, constando apenas informações e legendas das fotografias originais. Disponível em: <<https://yolocaust.de/>>. Acesso em 24 de jan. 2022. Carmo (2017) reflete esse projeto à luz da problematização das relações entre turismo e imagem.

¹⁰¹ Os exemplos citados podem ser conferidos em: <<https://www.terra.com.br/byte/internet/jovem-tira-selfie-em-auschwitz-e-e-criticada-no-twitter,c872860300957410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>>; <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2012/10/nana-gouvea-registra-em-fotos-danos-do-furacao-sandy-em-ny.html>>; <<https://www.beijoeacio.com/fotos-sorrindo-auschwitz/>>. Acesso em 24 de jan. 2022.

entre turismo e imagens, como o turismo da desolação¹⁰², o turismo do colapso¹⁰³ e turismo predatório¹⁰⁴. O que Sontag quer nos alertar, penso, é que as imagens turísticas, sejam elas produzidas pelo setor do Turismo como *marketing* ou pelos próprios turistas, são também, em alguma medida, formas de exploração e de dominação com repercussões no mundo social.

Uma questão que perpassa aos exemplos acima citados e à narrativa do nosso turista é a forma como se apresenta, na imagem, os lugares turísticos, que determinará, no horizonte de possibilidades do turista, o seu nível de afinidade, emotividade, preferências, tempo de permanência, disposição para gastar, incluir ou excluir coisas etc. (FONTENELE e MATOS, 2015, p. 67).

Para Fontenele e Matos (2015), as imagens, sobretudo as fotográficas, do lugar turístico estabelecem um *silogismo* entre o que se pretende oferecer e o que se apresenta. Nesse caso, para os autores, a fotografia “reveste o intangível de tangibilidade” (p. 68), à medida que transforma conceitos, ideias e noções – por exemplo: beleza, prazer, emoção, aventura, paraíso –, em projeções que podem ser realizadas nas viagens turísticas. Nesse sentido, podemos retomar a situação apresentada no primeiro capítulo deste trabalho: a reportagem de capa da Revista de bordo da companhia aérea Azul, de 2017, em sua edição 50ª, que utiliza a ideia de paraíso, de Éden, de forma explícita para nomear, classificar e divulgar os “Lençóis Maranhenses” como destino turístico para uma parcela específica que consegue consumir o transporte aéreo.

Urry e Crawshaw (1995), ao tratarem sobre a relação entre fotografia e turismo, argumentam que devemos levar em conta o papel da fotografia enquanto espelho da sociedade, e quanto a isso, apresentam vários exemplos, como: a função dos daguerreótipos na sociedade americana em “ensinar” os norte-americanos sobre si, confrontando consigo mesmos as imagens produzidas por esse instrumento, ajudando a se reconhecerem. Ainda como exemplo, e ainda sobre o contexto norte-americano, cita a importância das fotografias da Guerra do Vietnã em termos de seus efeitos sociais naquela sociedade. Cita ainda, no contexto da década de noventa, quando o texto foi escrito, a influência não somente da fotografia, mas também da imagem televisiva, no estímulo da conscientização ambiental.

¹⁰² Ver o projeto fotográfico de Ambroise Tézénas (2014). Harazim (2016) dedica um capítulo em “O instante certo” para tratar sobre o turismo da desolação a partir do trabalho de Tézénas.

¹⁰³ Ver o trabalho de Rachel Pach (2018).

¹⁰⁴ Ver Körössy (2008).

Os autores estabelecem como um segundo ponto de discussão da relação entre fotografia e turismo, que a fotografia pode ser entendida como um “conjunto de rituais socialmente organizados” (p. 57), que implica em um composto de procedimentos pelos quais os indivíduos constroem e organizam a sua entrada e circulação em um ambiente, no caso deste trabalho, o espaço turístico no contexto do PNLN.

O terceiro ponto explorado pelos autores é considerar a fotografia como estratégia que economiza o tempo e as formas para dizer o que pensamos ou o que sentimos sobre os lugares, não necessariamente turísticos. Para os autores, a fotografia oferece um repertório de ações para o momento do confronto com o outro, que se apresenta como ameaçador, misterioso ou intimidade. Quanto a isso, podemos pensar a relação entre as imagens fotográficas e a Antropologia, conforme apresentei anteriormente, a partir das considerações de Barbosa e Cunha (2006). Além disso, os autores, em diálogo com Sontag (2004), indicam a fotografia como uma estratégia de se apossar de um espaço em que os turistas podem, inicialmente, sentirem-se inseguros ou desorientados.

Outro ponto abordado pelos autores é a possibilidade da fotografia em fornecer termos da linguagem com que aprendemos a caracterizar, representar e apreciar o ambiente, de modo que:

A ela (fotografia) temos ido beber, de uma maneira muito significativa, os termos com os quais descrevemos, explicamos e justificamos o como e o porquê de haveremos visitado lugares diferentes. Os discursos relativos à viagem – e especialmente os que jogam com as analogias entre os olhos e a lente – estão saturadas de metáforas oculares (URRY e CRAWSHAW, 1995, p. 58).

O último ponto, e que para os autores se mostra o mais importante na relação entre imagem e turismo, é a tendência que compreende as práticas da fotografia – “tanto as práticas cotidianas como as relativas às férias” (p. 58) – pela ótica de um sentido público, pela qual ela pode passar a ser encarada como uma prática de significação que reproduz um conjunto de dominante de imagens visuais, aprisionando o olhar sobre a multiplicidade e diversidade.

Urry e Crawshaw (1995), buscam a partir dessas considerações iniciais, pensar a relação entre fotografia e turismo a partir no universo empírico do espaço turístico do Lake District, na Inglaterra, por meio de uma investigação pautada no trabalho de

fotógrafos profissionais e um questionário que procurou identificar quais fotografias dessa região eram mais apreciadas pelas pessoas e as razões para isso.

Esse espaço turístico foi um exemplo citado na introdução do presente trabalho, quando falei sobre as percepções sociais sobre a natureza inspiradoras e responsáveis para a preservação da natureza, a partir do trabalho do poeta romântico inglês William Wordsworth, em *A Guide through the District of Lakes*, de 1810, que concebeu a necessidade de preservação de áreas naturais, a partir do caso do Distrito dos Lagos (transformado em Parque Nacional em 1951 e Patrimônio Mundial da UNESCO, em 2017, localizado no noroeste da Inglaterra), para que fosse encarado como “uma espécie de propriedade nacional na qual tem direito e interesse cada homem que tem um olho para perceber e um coração para desfrutar” (WORDSWORTH, 1952, p. 127 apud MCCORMICK, 1992, p. 17). Destarte, Urry e Crawshaw (1995) apontam que:

Na Inglaterra, as imagens desta região são extremamente familiares; trata-se de um dos primeiros locais a ser fotografados, na sequência da invenção da máquina fotográfica em 1839. Era já, nessa altura, uma região bastante conhecida do ponto de vista visual, uma vez que havia servido de tema aos pintores e escritores românticos (caso do poeta romântico inglês William Wordsworth). Foi um dos primeiros locais do mundo a adquirir importância com base no “turismo paisagístico”. As imagens do Lake District são hoje extremamente comuns e este local tornou-se emblemático de um certo tipo de fotografia de paisagem.

Os autores indicam que o *Lake District* demonstra o poder de um discurso visual dominante, construído a partir de uma concepção romântica assumido pelos fotógrafos profissionais investigados. Aduzem, ainda, que o *Lake District* se constitui como um lugar de revisitação turística, listado como um ótimo lugar da natureza a ser fotografado, de modo que as imagens fotográficas daquele lugar desempenham um papel complexo na apropriação feita pelas pessoas, sendo um exemplo dos efeitos de uma ideologia dominante sobre a natureza. Destacam que, ao longo das entrevistas com os fotógrafos pesquisados, notaram que a recorrência do tema da relação entre “regras a seguir e funções a desempenhar” (p. 60), isto é, uma repetição entre a criação de imagens que, ao mesmo tempo, ressaltassem a beleza do lugar e que conseguissem ser atraentes e vendáveis. Os que os fotógrafos indicavam aos pesquisadores era a relação entre arte e mercadoria no processo de produção de imagens da natureza do *Lake District*, isto é, uma fotografia profissional deve ser ao mesmo tempo bonita e comercial.

Conforme os autores, a maioria dos seus interlocutores fotógrafos, seguiam regras

da fotografia que estão enraizadas em princípios pitorescos e em uma imagética romântica. Essa identificação permite aos autores considerar uma continuidade histórica da arte pitoresca realizada no século XVIII nas imagens da paisagem do *Lake District*, produzidas pelos fotógrafos profissionais no século XX. Ou seja, nas fotografias desses fotógrafos profissionais encontram-se *ecos* do pensamento pitoresco, da estética romântica.

A conclusão dos autores figura para minha pesquisa uma possibilidade de aproximação no processo de compreensão dos modos de ver a natureza do lugar turístico do PNLM, socialmente construídos, presentes nas imagens turísticas. No meu caso, aquelas produzidas por fotógrafos profissionais e aquelas produzidas por turistas que abarrotam as redes sociais quase como um espectro saturado. O que elas querem dizer? O que elas revelam? O que ressoam? Para que servem? É o que buscarei explorar nos próximos tópicos.

5.2 O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses através de imagens fotográficas: a problemática do enquadramento da natureza

A partir do contexto turístico do PNLM irei refletir a relação de proximidade entre turismo e imagem, que deve ser considerada diante do fato de que o turismo nos parques nacionais se realiza por meio de uma visita à natureza que se dá através do consumo de paisagens, que ocorre inicialmente pela mediação das imagens, sejam elas fixas ou em movimento.

Tal processo é estabelecido historicamente ao longo dos dois últimos séculos, tornando-se socialmente legítima na nossa contemporaneidade. A construção histórica e epistemológica que forjou a paisagem como representante da natureza fez com que essa noção (CAUQUELIN, 2007; LUCHIARI, 2001; BESSE, 2014; BALÉE, 2008, p. 11; INGOLD, 2015) se tornasse fundamental para a instituição do turismo em unidades de conservação. Em tópico específico, (Capítulo 2, 2.2), fiz uma discussão teórica sobre essa questão considerando o universo empírico do PNLM que tem sua paisagem classificada como *surreal*, que reforça a ideia de *natureza intocada* (DIEGUES, 1997; 2008). A designação *surreal* estabelece a problemática que coloca tal paisagem “além” e distanciada do real, concreto e existente daquilo que é vivido cotidianamente pelas

populações tradicionais (BARRETO FILHO, 2001; 2004; 2010; CUNHA e ALMEIDA, 2001), que historicamente vivem e trabalham nessa área hoje identificada como parque nacional.

Torna-se, assim, uma forma concluída e propícia à contemplação, quando pensamos o PNLM como destino turístico. Neste caso, percebemos a permanência histórica do sentido de paisagem proveniente da tradição da arte holandesa, desenvolvida no século XVII (INGOLD, 2015, p.193), de forma mais problemática ainda, o confinamento do modo de vida daquelas populações no âmbito de suas superfícies. É, portanto, esse entendimento social sobre a noção de paisagem que permite a constituição do *não lugar* e do *espaço do turista* (AUGÉ, 2012) no consumo da natureza no PNLM. A ideia da paisagem como representante da natureza promove, assim, um contexto favorável ao turismo nas UCs de proteção integral, possibilitado pelo processo histórico de outras viagens e deslocamentos à natureza, exercendo uma influência não apenas para a mudança de olhar dos homens (europeus) sobre a natureza como também para o surgimento do turismo moderno, conforme a perspectiva de Serrano (1997). Dessa forma, ganham ênfase os destinos turísticos considerados “exóticos” e ou dirigidos a ambientes de grande interesse paisagístico-ecológico que proporcionem uma experiência com a paisagem cênica, tal qual àquela descrita na revista de bordo da referida companhia aérea.

Diante dessas considerações, o presente tópico, busca apresentar as imagens fixas, especificamente fotografias (impressas ou digitais), que retratam determinadas paisagens do PNLM produzidas para a realização do turismo nesta unidade de conservação. Para isso, fiz um levantamento e seleção de imagens fotográficas Quadros 3, 4 e 5 (Capítulo 1), em diversos materiais, em três âmbitos:

1. revistas de turismo e revistas com anúncios turísticos, como apontado no Quadro 3, em foram levadas em consideração as imagens que figuram nas reportagens de revistas de bordo de companhias aéreas e de revistas de turismo nacionais e maranhenses, no recorte temporal de 2010 a 2022, entendidas como meios importantes de divulgação do PNLM, produzidos por setores empresariais componentes do trade turístico, neste caso, companhias aéreas e editoras, destinado ao público que consome esses serviços. São elas: Revista de bordo Tam Nas Alturas; Revista de bordo Azul Magazine; Revista de bordo Gol Revista de bordo; Vamos Latam Revista de bordo; Azul Revista de turismo; Unquiet; Revista Viagem e Turismo; Revista Qual Viagem; Revista de turismo Maranhão Hoje; Revista Maranhão Turismo; Revista Caminhos do Maranhão.

2. livros físicos de fotografias (Quadro 4), de autoria de fotógrafos profissionais, publicados entre 2002 e 2016, que foram patrocinados pelos Governos Federal e Estadual e por empresas privadas, não necessariamente ligadas ao setor do turismo. Essas imagens fixas cooperam para a construção do olhar turístico de contemplação paisagem da natureza do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, por meio de uma estratégia que não se apresenta como comercial, mas como arte. Esses materiais me aproximam dos estudos de Urry e Crawshaw (1995). São eles: *Natural do Maranhão*, de Christian Knepper (2002); *Descobrimos os Lençóis Maranhenses*, de Meireles Jr. (2003); *Entre o céu e a terra: Maranhão, patrimônio de imagens*, também de Meireles Jr. (2008); *Maranhão: um litoral de histórias e encantos*, de Felipe Goifman (2012) e *Sobrenatural: impressões sobre os Lençóis Maranhenses e o Grand Canyon*, de Meireles Jr (2016).

3. imagens fotográficas digitais, fixas e em movimento, selecionadas de redes sociais, repositório de imagens e sites, de autoria dos ou para os próprios turistas que visitaram o PNLM (Quadro 5), na temporalidade de 2010 a 2022. Juntei a esse contíguo de imagens individuais dois ensaios fotográficos de fotógrafos profissionais, por considerar essa expressão estética uma narrativa visual, composta de imagens conjuntas, que forja outros olhares sobre o Parque e dialoga com outros públicos por suas finalidades distintas: o primeiro, do fotógrafo mexicano de moda e *fine art*, Jvdas Berra, configurou como uma peça publicitária para o lançamento de um dos celulares da marca Huawei; o segundo, do rondoniense Eliomar Santos, uma publicidade para a Revista Fotografe Melhor, especializada em fotografia.

Deste vasto e denso material imagético, que será aproveitado em trabalhos futuros, realizei uma nova seleção limitando algumas imagens que serão analisadas nos últimos dois tópicos deste capítulo final. As imagens selecionadas para análise, devido às suas características próprias, são apresentadas por alguns critérios de divisão.

Quadro 8: Relação das imagens do PNLM selecionadas para análise extraídas do Quadro 3

Tipo: imagens fotográficas ilustrativas em reportagens sobre o PNLM, com versões impressa e digital

Por divisão: revistas de bordo e revistas de turismo

Por forma de apresentação: comercial, como propaganda para o turismo no PNLM

Material selecionado: (considere as aquelas com versão digital) Revista de bordo Gol (2018)¹⁰⁵ e Revista de bordo Azul (2022)¹⁰⁶.

Modo de apresentação: Pannel de miniaturas contendo todas as fotos da reportagem, a serem analisadas de forma conjunta, com destaque para a imagem de abertura de cada matéria.

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Quadro 9: Relação das imagens do PNLM selecionadas para análise extraídas do Quadro 4

Tipo: imagens fotográficas autorais em livros impressos de fotografia profissional.

Por divisão: livros de fotografias específicos e livros genéricos de sobre o PNLM.

Por forma de apresentação: artística, com técnicas da fotografia profissional, como uma divulgação do PNLM.

Material selecionado: todos os livros do quadro foram considerados, mas com apenas uma fotografia de cada obra para análise.

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

¹⁰⁵ Disponível em: <https://static.voegol.com.br/voegol/revista/201_revista_GOL_201.pdf>. Acesso 13 de jan. 2022.

¹⁰⁶ Disponível em: <https://www.voearul.com.br/en/img/1466434872849-Ed96_Ed_Completa_ok.pdf>. Acesso 13 de jan. 2022

Figura 40: Fotografia 1 para análise: sem título, Felipe Goifman, 2012



Fonte: Felipe Goifman, 2012.

Figura 41: Fotografia 2 para análise: “Lagoa com vegetação”, Meireles Jr., 2016



Fonte: Meireles Jr., 2016.

Figura 42: Fotografia 3 para análise: sem título, Meireles Jr., 2008



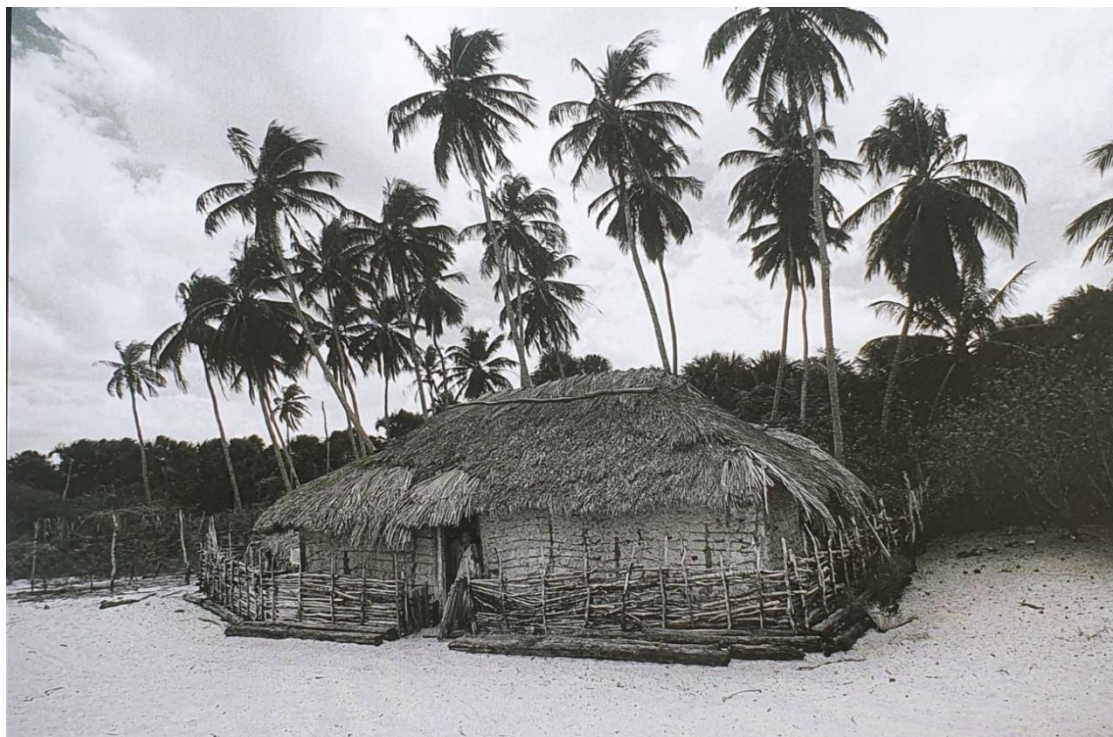
Fonte: Meireles Jr., 2008.

Figura 43: Fotografia 4 para análise: sem título, Christian Knepper, 2002



Fonte: Christian Knepper, 2002.

Figura 44: Fotografia 5 para análise: sem título, Meireles Jr., 2003



Fonte: Meireles Jr., 2003.

Quadro 10: Relação das imagens do PNLN selecionadas para análise extraídas do
Quadro 5

Tipo: imagens fotográficas digitais divulgadas em redes sociais ou sites.

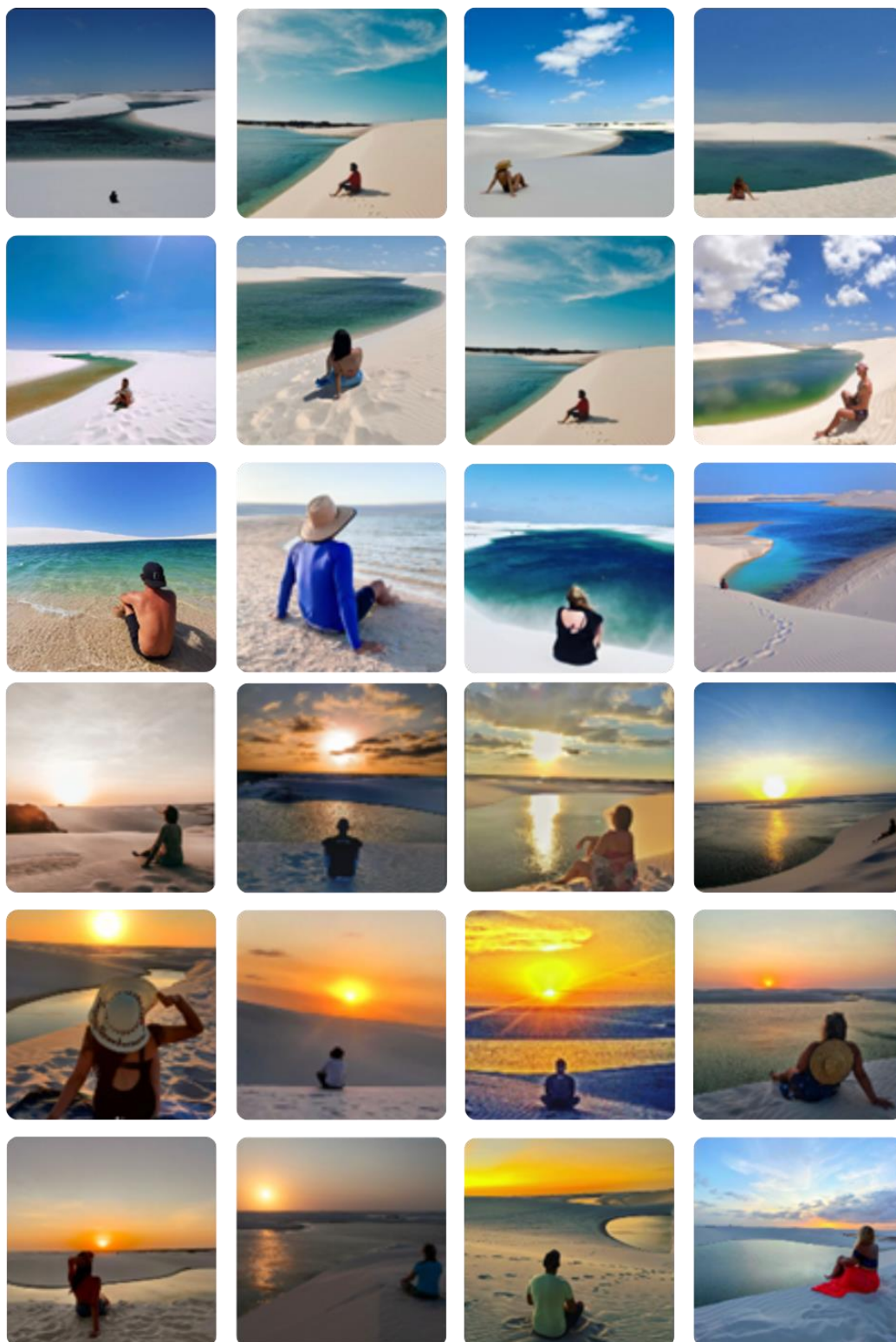
Por divisão: profissionais, quando de fotógrafos profissionais e amadoras, quando de turistas.

Por forma de apresentação: campanha publicitária, ensaio artístico e registro de viagem.

Material selecionado: os dois ensaios fotográficos “Huawei Mate 20 Series Campaign” (1 fotografia em destaque do lado direito), “Lençóis Maranhenses de Beleza, Pureza e Delicadeza” (1 fotografia em destaque do lado direito), imagens do *Instagram* (24 fotografias), *Flirck* (24 fotografias) e *Google fotos* (32 fotografias), estas serão apresentadas em forma conjunta por meio de painel fotográfico.

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

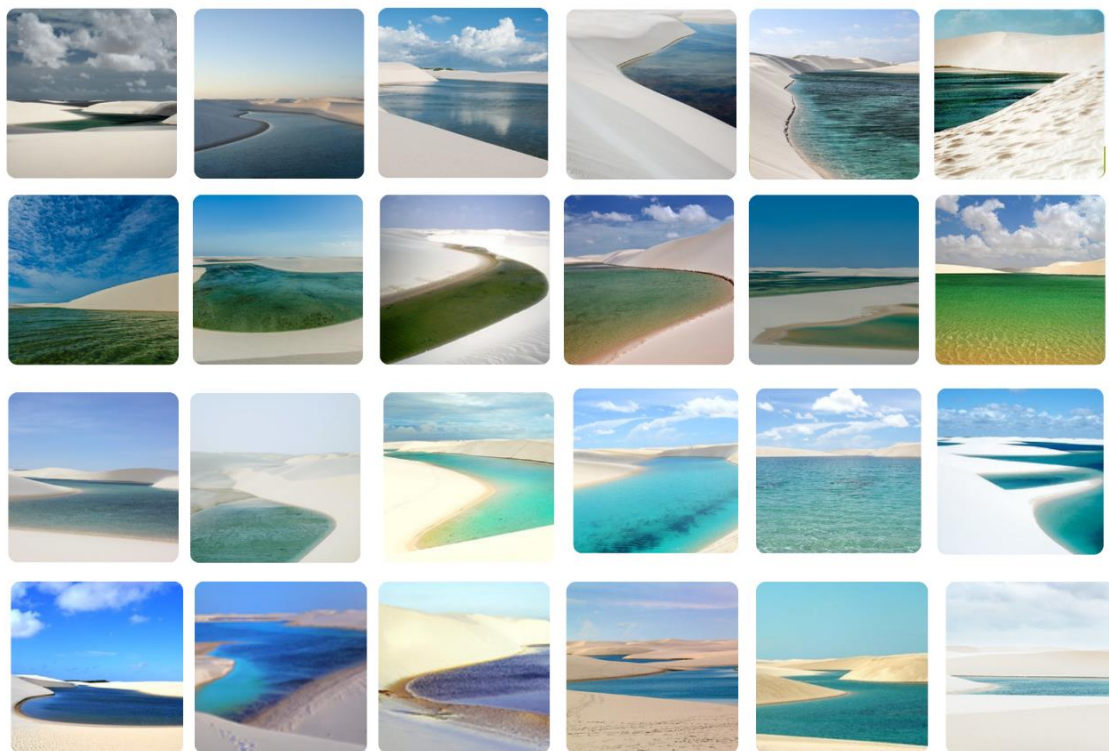
Figura 45: Paine1 de imagens extraídas do *Instagram* (2022)
(24 imagens marcadas com a *hashtag* #lencois Maranhenses).



Fonte: *Instagram*, pesquisa de 01 a 04 de novembro de 2022, diversos usuários¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/lencoisMaranhenses/?hl=pt-br>>. Acesso já indicado.

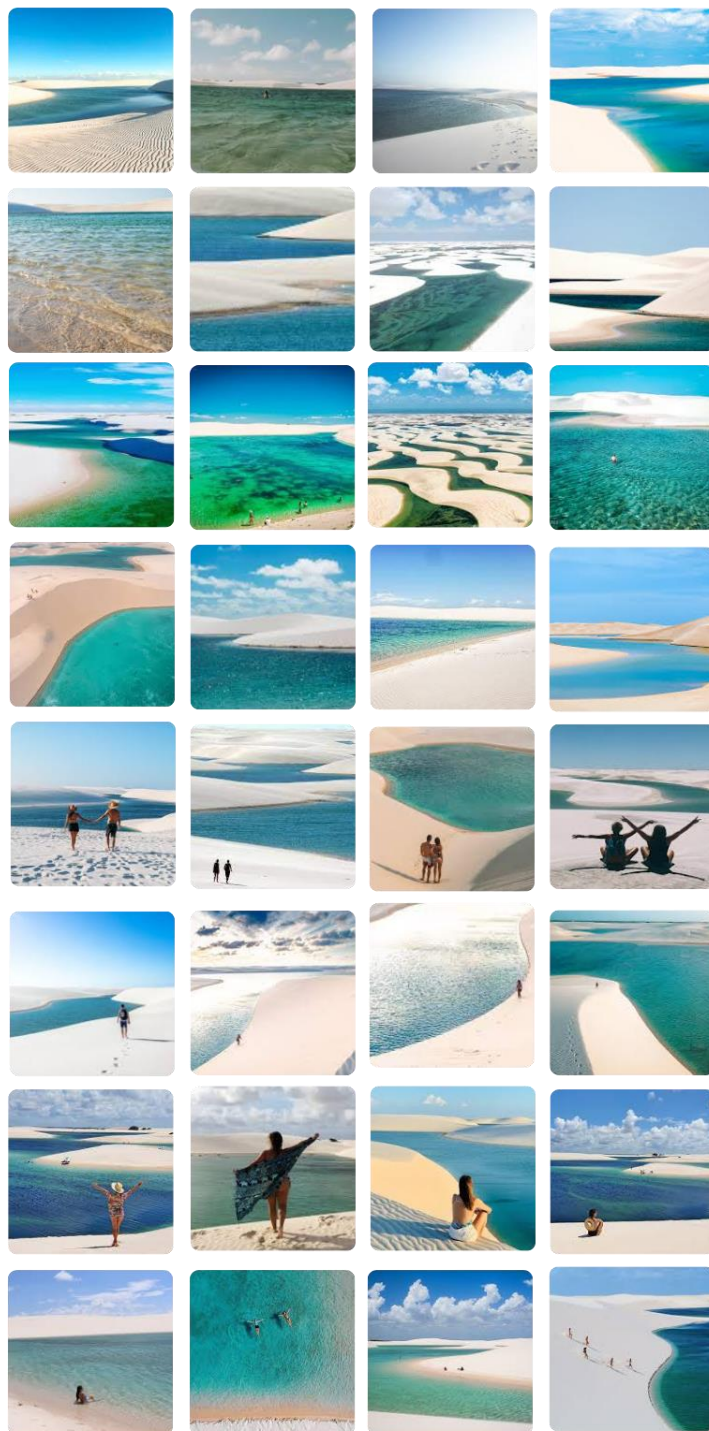
Figura 46: Pannel 2 de imagens extraídas do *Flickr* (2022)
(24 imagens localizadas pela busca “lençois maranhenses” neste repositório de fotografias).



Fonte: *Flickr*, pesquisa de 01 a 04 de novembro de 2022, diversos usuários¹⁰⁸.

¹⁰⁸ Disponível em: <<https://www.flickr.com/search/?text=lencois%20maranhenses>>. Acesso já indicado.

Figura 47: Painele 3 de imagens extraídas do *Google imagens* (2022)
(32 imagens localizadas pela busca lençóis maranhenses em localizador)

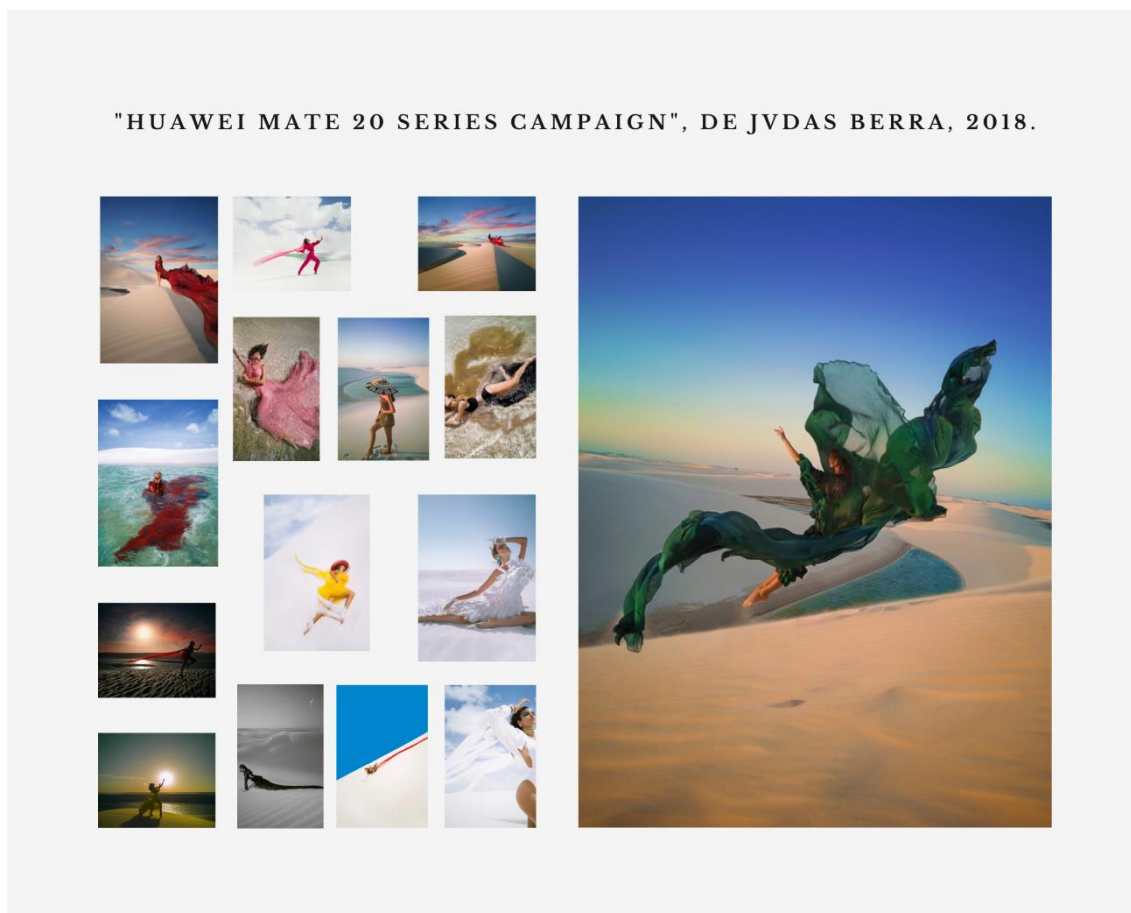


Fonte: *Google Imagens*, pesquisa de 01 a 04 de novembro de 2022, diversas páginas¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Disponível em:

https://www.google.com.br/search?q=len%C3%A7ois+maranhenses&sxsrf=ALiCzsbrZREQlCSYav6zgadTVHCEjEYoDg:1667600491579&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjw4rX3x5X7AhWJBbkGHVVeDqoQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=568&dpr=1. Acesso já indicado.

Figura 48: Pannel 4 de imagens – ensaio fotográfico para campanha publicitária (2018)
(15 imagens do ensaio fotográfico de campanha publicitária)¹¹⁰



Fonte: Jvdas Berra, 2018.

¹¹⁰ Disponível em:

https://m.facebook.com/media/set/?set=a.1045791555593490&type=3&comment_id=1046239018882077&comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22R0%22%7D. Acesso em 13 de jan. 2022.

Figura 49: Painel 5 de imagens – ensaio fotográfico artístico (2022)
(8 imagens do ensaio fotográfico profissional artístico)¹¹¹



Fonte: Eliomar Santos, 2022.

¹¹¹ Disponível em: <<https://www.fotografemelhor.com.br/ensaio/natureza-e-paisagem-ensaio/lencois-maranhenses-de-beleza-pureza-e-delicadeza/>>. Acesso em 13 de jan. de 2022.

5.3 Imagens dos “Lençóis Maranhenses”: *a película sobrevivente do pitoresco*

Este espaço é dedicado à reflexão e análise de imagens fotográficas coletadas em inúmeras fontes secundárias da pesquisa e que foram apresentadas no tópico anterior.

A imagem fotográfica é central quanto à possibilidade de rastrear certas visualidades e representações da natureza em unidade de conservação que cooperam, em alguma medida para sua comodificação. As imagens selecionadas são aqui percebidas como artefatos culturais, resultado de processos de coadunação, continuidade e incorporação de determinadas estéticas – a do pitoresco e a do instagramismo. Cooperam, assim, para a produção da crença e eficácia simbólica de uma natureza comodificada em produtos turísticos, apresentados e consumidos em múltiplas imagens, discursos e performances, que invisibilizam, escamoteiam, descontextualizam ou ignoram a complexidade das vidas humanas e não-humanas presentes no PNLN. Produzem, portanto, princípios de di-visão sobre o mundo natural, por meio de esquemas homogeneizadores de percepção e apreciação, e a cristalização de certas percepções e representações sobre a natureza, como a ideia de *paraíso*, marcante ao longo deste trabalho.

Para entender uma fotografia, segundo John Berger (2017), devemos considerar sua natureza, isto é, o princípio de ter a capacidade de ser uma técnica infinitamente reproduzível das coisas vistas no mundo social. Para o autor, a fotografia tem pouco ou nenhum valor como propriedade, pois não traz em si o valor da raridade, por isso, sua capacidade de reprodução. Nos termos de Benjamin (2014), a fotografia carrega consigo o princípio da *reproduzibilidade técnica*. O fenômeno da reprodução técnica, em termos históricos, consolidou-se por volta dos 1900, instaurando novos valores para a visualidade das imagens, na medida em que ocorre a transposição do *valor de culto* à *aura*, que se acreditava socialmente estar contida nas imagens artísticas pelo *valor de exposição*.

Compreender o que a fotografia nos diz ou possa nos dizer, deve ser entendida, conforme John Berger (2017), como resultado da *decisão* do fotógrafo, seja profissional ou amador, de que vale a pena registrar algo que foi visto em uma certa sequência. Dessa forma, a fotografia é um recorte decodificado da continuidade do mundo. Assim, baseada na perspectiva deste autor é que busco “entender” as imagens (fotográficas) referentes à natureza do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, o que faço a partir de agora.

A primeira fotografia selecionada (Quadro 3) faz parte da matéria da Revista Azul de Turismo (2022), intitulada “FANTÁSTICAS DUNAS”, com a chamada “Localizados

a 270 quilômetros de São Luís, capital que recebe voos diários da Azul, os Lençóis Maranhenses encantam os visitantes com suas cadeias sinuosas e lagoas de águas cristalinas”, produzida por Bruno Segadilha (redação) e Gui Gomes (fotos). A referida matéria é recheada de outras imagens que privilegiam cenas da natureza. Em meio a essa natureza retratada, os únicos indivíduos que aparecem são turistas nas dunas. Voltemos à fotografia que interessa. A fotografia sem título, ocupa praticamente duas páginas, tem a seguinte legenda “Duna do Descanso, uma das mais famosas dos Lençóis Maranhenses”.

Eis a imagem principal da reportagem:

Figura 50: Fotografia principal da reportagem Revista de bordo Azul de Turismo, 2022



Fonte: Revista Azul, 2022.

Trata-se de uma fotografia com enquadramento de um plano central que apresenta a natureza em seus elementos: dunas alvas gigantescas, lagoas aparentemente rasas em tom azulado e bordas esverdeadas, e um pedaço de céu sem nuvens, em tom azul mais claro que o das lagoas. A natureza vazia é o tema da fotografia, transmitindo a ideia de uma *natureza intocada* (DIEGUES, 2008), aguardando seu visitante para apenas apreciá-la. O branco ressaltado pelas dunas, devido a luminosidade do sol que não aparece na cena, enche a fotografia, transmitindo, assim, a sensação de calma e harmonia,

provocando no expectador a emoção de paz e sossego em meio a uma natureza isolada de outros humanos. A legenda da fotografia acompanha a mensagem da imagem, em que a natureza encanta com “suas cadeias sinuosas de fantásticas dunas e lagoas de águas cristalinas” àqueles que ainda chegarão, é claro, através de um voo da companhia aérea. Aqui temos uma fotografia que tem beleza e que é comercial (URRY e CRAWSHAW, 1995).

A segunda fotografia selecionada faz parte da matéria da Revista Gol da companhia aérea de mesmo nome (2018), intitulada “ENTRE LENÇÓIS”, assim como a primeira, em letras garrafais, com a chamada “Com águas cristalinas e areia branquinha como pano de fundo, os Lençóis Maranhenses têm boas opções para quem quer descansar, desbravar a natureza ou curtir esportes mais radicais”, produzida por Luis Patriani (redação) e Victor Affaro (fotos).

A referida matéria é composta de várias outras fotografias que retratam não somente cenas da natureza, mas cenas cotidianas da população local (homens pescando, crianças brincando), cenas de atividades turísticas possíveis de serem realizadas pelos turistas (kitesurf e o passeio de lancha pelo Rio Preguiças). Se a primeira reportagem apresenta na sua última fotografia a cena de camarões assados e empanados servidos em louças brancas dispostas em uma mesa de madeira rústica, esta coloca em cena quem produz essa iguaria culinária, conhecido como Seu Antônio, que tem seu restaurante localizado em Canto do Atins, em Barreirinhas. Essa iguaria é vendida também como um atrativo turístico.

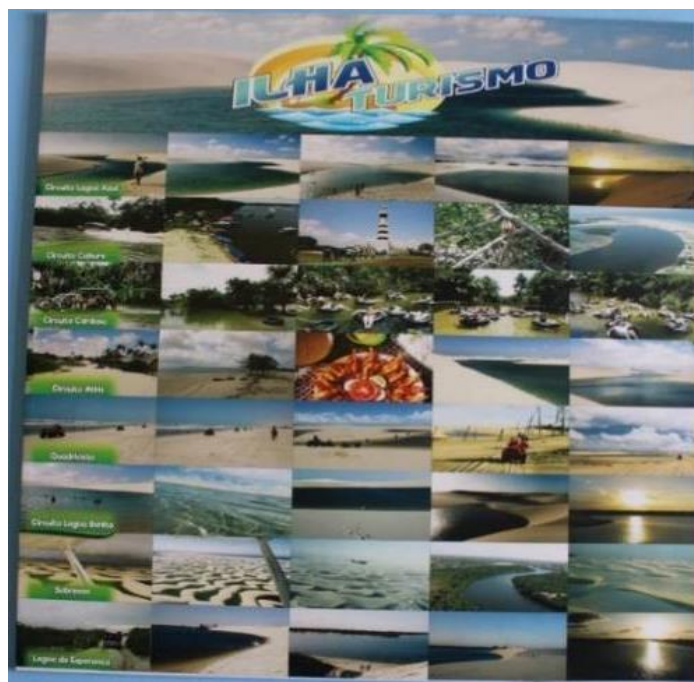
Quando em visita às agências em Barreirinhas, observei em duas delas praticamente “o mesmo *banner*” de divulgação imagética dos Lençóis Maranhenses – com pequenas diferenças, mas com camarões grelhados no centro do mosaico de imagens, exemplificando a reprodutibilidade técnica da fotografia (BENJAMIN, 2014).

Questionei sobre a imagem dos camarões grelhados e uma das entrevistadas, assim me explicou:

P: eu olhando aqui o *banner* de vocês, eu percebi uma foto diferente, que é a foto de camarões grelhados bem no meio das outras... ela está se destacando pela sua cor e pela sua centralidade, comparando com as outras fotos, e eu queria que tu me explicasses o porquê.

E: Ah, sim! É por conta do Circuito Atins. Lá no Circuito Atins, o foco principal é o camarão! Tem muita gente que olha na internet, vê o circuito, vê que tem o camarão grelhado. Então, tem gente que vem só pra comer. E o famoso é o do Seu Antônio e da Luzia, que são os dois restaurantes que tem lá no Canto do Atins (Atendente da Agência, Barreirinhas, 27 de julho de 2022).

Figura 51: Fotografia de *banner* em Agência em Barreirinhas com imagens de atrativos: o “destaque do camarão” (Canto de Atins - Restaurante do Sr. Antônio)



Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

Figura 52: Fotografia de *banner* em Agência em Barreirinhas com imagens de atrativos: o “destaque do camarão” (Canto de Atins - Restaurante do Sr. Antônio)

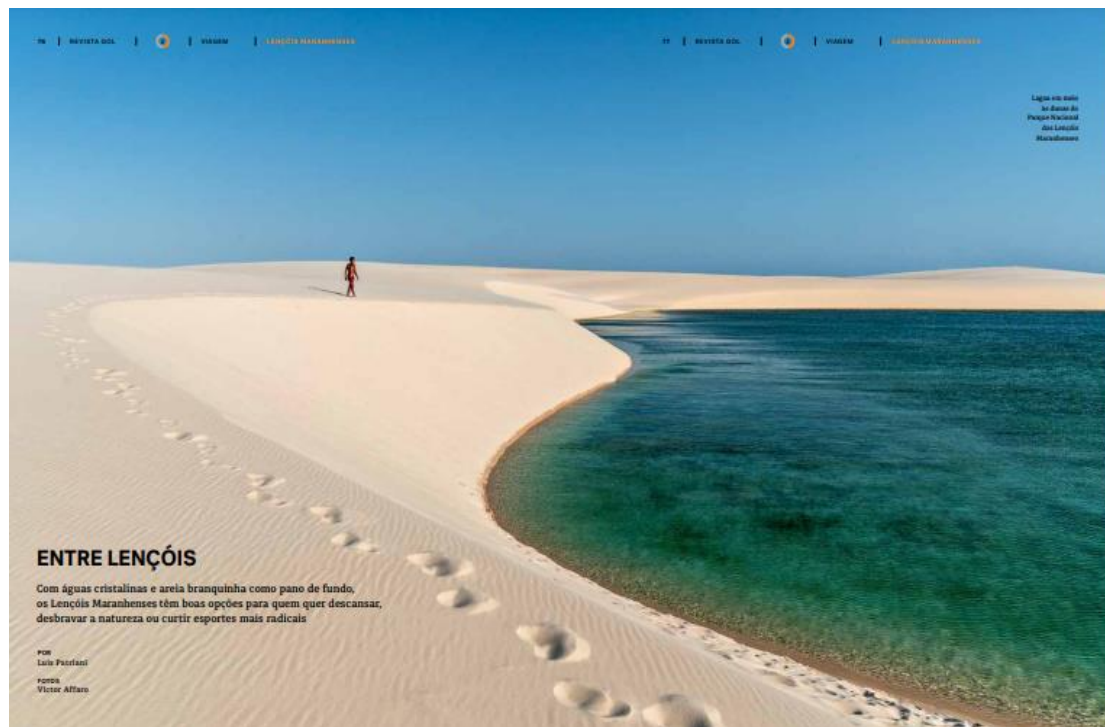


Fonte: Elaboração Própria, Acervo de pesquisa, 2022.

O *banner*, portanto, tem a função, no contexto de interação entre agência e turista, de produzir, por meio de imagens em mosaico, uma correspondência sequencial entre fotografias e atrativos turísticos no PNLM.

Voltemos à segunda imagem principal da reportagem:

Figura 53: Fotografia principal da reportagem Revista de bordo Gol, 2018



Fonte: Revista Gol, 2018.

O turista aparece na intersecção do primeiro quadrante à esquerda, em um clássico enquadramento da regra dos três terços, sendo, portanto, o ponto central da fotografia, em que os elementos naturais – lagoa, duna e céu – funcionam como componentes do cenário. Assim, o turista em destaque, de costas para o expectador e de frente à imensidão dos elementos naturais é capaz de atrair a atenção de quem observa a fotografia, transmitindo a mensagem de que é possível tocar a natureza, passear por ela. As cores verde-esmeralda, branco e azul, delimitam, para a visão do observador, os respectivos elementos naturais que estão enquadrados em linhas horizontais. Embora a fotografia contemple em sua cena a presença de um humano, que supomos, pela sua hexis corporal e vestimenta, tratar-se de um turista, este aparece desproporcionalmente à natureza, indicando sua pequenez. A legenda da fotografia considera o contrário, já que “águas cristalinas e areia branquinha” são “pano de fundo” e o humano como desbravador da natureza.

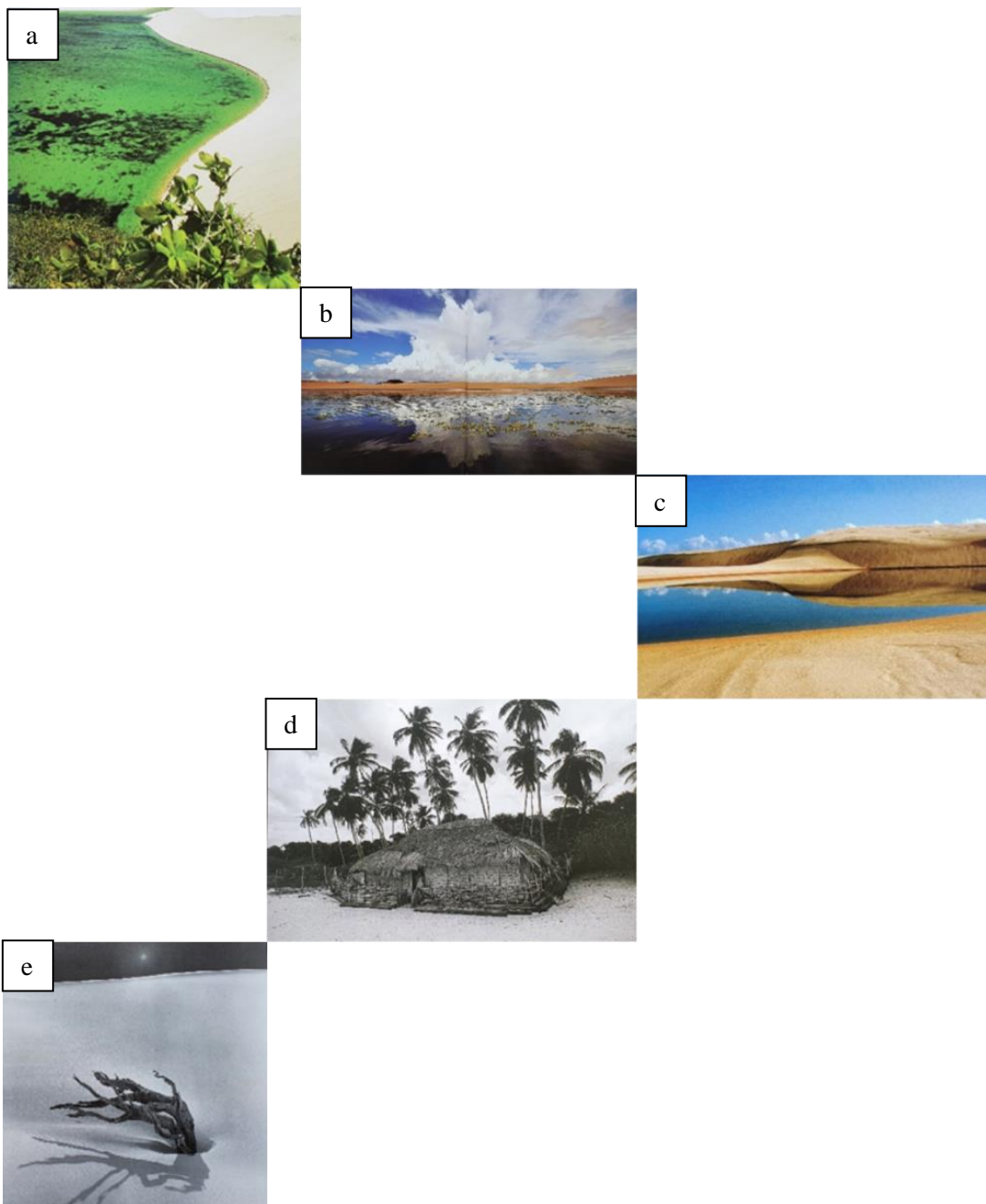
Walter Benjamin (1994), em “Pequena história da fotografia” chama atenção para a relação entre imagem e legenda, de modo que o poder de produzir fotografias por meio de câmeras cada vez mais potentes paralisa em alguma medida as possibilidades de interpretação do espectador. Nesse sentido, diz o autor “aqui deve intervir a legenda, introduzida pela fotografia para favorecer a literalização de todas as relações da vida e sem a qual qualquer construção fotográfica corre o risco de permanecer vaga e aproximativa” (p.107).

Peter Burke (1994) ao analisar o processo de fabricação da imagem pública do rei chama atenção para o estilo empregado na pintura e nos retratos solenes de Luís XIV, do barroco ao classicismo: era a “maneira grandiosa ou magnífica” que exercia a função de idealizar a beleza, a coragem, os feitos, os gestos, a dignidade. O chamado “estilo elevado” empregado nas narrativas sobre o rei buscava exprimir pensamentos elevados em linguagem eufemizada, sublime, distanciando-se da vida rotineira. É possível dizer que as legendas das fotografias do PNLN empregam uma maneira/estilo (?) que idealiza e eleva a natureza, tornando-a sublime, cenário de um sonho, composta por uma paisagem fantástica, em que as dunas de areia branca, contrastada pelo colorido do céu e das lagoas, bailam e presenteiam o turista.

Passemos às imagens do Quadro 3.

Reproduzi-as na lauda a seguir, em uma sequência não de temporalidade em termos do ano de sua publicação, mas uma sequência de cores, que vai do colorido ao preto e branco. Propositamente, tocam-se ao final das suas bordas, para indicar, que na reflexão que lanço, são miniaturas de um mesmo mosaico, isto é, são fotografias que tem o mesmo tema: os “Lençóis Maranhenses”. Apresentam, de maneiras variadas, a partir dos recortes e enquadramentos da paisagem que estabelecem em suas fotografias, representações da natureza que se aproximam. Os fotógrafos, autores das fotografias em questão, decidiram “o que valia a pena registrar” (BERGER, 2017) para apresentar os Lençóis Maranhenses em uma perspectiva artística, com beleza e poesia. São fragmentos decodificados da continuidade do PNLN.

Figura 54: Sequência de imagens (a, b, c, d, e) dos livros fotográficos



Fonte: Vários autores, 2002-2016.

As fotografias também têm em comum o fato de que figuram em livros fotográficos patrocinados pelo Estado e por setores privados, que tem seus interesses econômicos e comerciais, mas que se utilizam de procedimentos materiais e simbólicos, neste caso, as imagens de fotografias belas e poéticas dos fotógrafos profissionais, como uma estratégia de condescendência (BOURDIEU, 2004, p. 154). Segundo o autor:

(...) estratégias de condescendência, através das quais agentes que ocupam uma posição superior em uma das hierarquias do espaço objetivo negam simbolicamente a distância social, que nem por isso deixa de existir, garantindo assim as vantagens do reconhecimento concedido a uma denegação puramente simbólica da distância (o Estado não é turista, é detentor (no âmbito Federal) da gestão do PNLN; empresas não são turistas, são agentes legitimados no mercado turístico do PNLN) que implica o reconhecimento da distância. Em suma, pode-se usar as distâncias objetivas de maneira a obter as vantagens de proximidade e as vantagens da distância, isto é, a distância e o reconhecimento da distância assegurados pela denegação simbólica da distância (BOURDIEU, 2004, p. 154).

De forma mais “técnica” pensando nas regras da prática fotográfica, podemos decompor suas características, como no quadro a seguir:

Quadro 11: Características técnicas das imagens dos livros de fotografia

Fotografia	Enquadramento	Elementos	Cores
1	Plano: Geral Ângulo: Plongée ¹¹²	Naturais: extensa e sinuosa lagoa em verde esmeralda, com pontos escuros das algas, dunas alvas e baixas, folhas de cajueiro na borda inferior, uma pequena faixa de céu, na borda superior.	Verde-esmeralda, preto, branco, amarelo, azul e branco.
2	Plano: Grande Geral Ângulo: Normal	Elementos naturais: nuvens, céu, vegetação, água, lagoa, dunas, lírios d'água floridos.	Branco, azul, amarelo, verde.
3	Plano: Grande Geral Ângulo: Normal	Elementos naturais: nuvens, céu, dunas, lagoa, água.	Azul, amarelo e branco
4	Plano: Primeiro plano Ângulo: Normal/Plongée	Elementos naturais: areia, tronco seco, sol/lua, céu.	Preto e branco
5	Plano: Geral Ângulo: Normal	Elementos naturais: areia, coqueiros, vegetação, palha, troncos, céu, nuvens. Elementos humanos/culturais: casa, pessoa na porta de entrada, pano de prato no varal.	Preto e branco

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

A intenção aqui não é fazer um enquadramento ou uma leitura técnica das fotografias, mas, apropriar-me minimamente das características técnicas de fotografia para “entender” a fotografia naquilo que se apresenta à primeira vista e naquilo que não se mostra. Dessa forma, o que está em jogo aqui é considerar, do ponto de vista antropológico, que as “características técnicas” nos informam intenções, conotações percepções e representações que estão ancoradas em balizas sociais, culturais, políticas, simbólicas. Assim, “características técnicas” próprias do campo da fotografia, bem como do cinema, configuram-se como uma linguagem que define o que é/deve ser ou não destacado, considerado; percebendo nos limites do enquadramento das fotografias, o que fica invisibilizado do *continuum* do mundo; atentar para “o que vale a pena fotografar”, como aponta Berger (2017). O enquadramento das imagens, no nosso caso, fotográficas, define narrativas e estéticas, contam histórias. A depender do “plano”, que é o principal componente do enquadramento, este é executado através de terminados princípios de posicionamento da câmera, designando a distância do objeto que se está fotografando, se

¹¹² *Plongée* (termo da língua francesa que significa mergulho) é um termo apropriado pelo universo da fotografia para designar um tipo de enquadramento, quando ao ângulo da câmera, que é posicionado de cima para baixo, transmitindo a ideia de uma imersão na imagem, tornando o objeto fotografado menor ou inferior. *Contra-Plongée* é exatamente o contrário, o que faz com que o(s) elemento(s) ou objeto(s) enquadrados, pelo ângulo de baixo para cima, ganhem uma ideia de superioridade, elevação, magnitude, grandeza. Se pensarmos a maioria das imagens aéreas dos “Lençóis Maranhenses”, que a priori se imagina, por serem feitas do alto, possam retratar a sua extensão geográfica, do ponto de vista do enquadramento das imagens, ocorre o inverso.

mais perto, se mais distante. O que não tem a ver somente com a câmera em si, e suas partes e funções integrantes, mas da relação entre o fotógrafo e o que é fotografado.

O enquadramento, enquanto princípio técnico da fotografia/cinema, preparar uma visualidade para ser vista pelo expectador, é a baliza com a qual o fotógrafo seleciona e constrói um momento de tempo e espaço para ser visto. Para o pesquisador que se atém às imagens, o entendimento das “características técnicas” ajuda-nos a dar sentido às imagens que tomamos para reflexão socioantropológica. Dessa forma, o meu objetivo, a partir disso, é ultrapassar o obstáculo epistemológico (BACHELARD, 1996), que naturaliza a relação entre *natureza, turismo e paraíso* no contexto do PNLN, inscrito nas muitas imagens para além das que são apresentadas aqui, e assim estabelecer um *iconoclash* (LATOURE, 2008) de imagens e imaginários e me aproximar dos sentidos e significados das imagens referentes ao PNLN.

Posto isso, é possível indicar que as imagens do Quadro 4 apresentam planos que privilegiam elementos da natureza, indicando uma relação de proximidade e/ou distanciamento, a partir do que se procura destacar (uma duna, uma lagoa, um tronco, folhas de cajueiro) para o observador das fotografias, realçando a beleza, a simplicidade, a grandeza, a rusticidade, cores, formas, sombras, luminosidades, demonstrando intimidade e interação. Isolam, no enquadramento, determinados elementos (tronco), trazendo-os para o primeiro plano, tornando o fundo ainda mais distante e desinteressante para concentrar toda a atenção em uma única figura, causando diferentes emoções, provocando os sentidos de se querer estar na cena. Dessa forma, pela perspectiva da fotografia como arte, ocorre uma sensibilização e sedução do olhar sobre a natureza dos “Lençóis Maranhenses”, que pode levar ao encontro dessas paisagens através do consumo turístico.

O que essas imagens fotográficas nos dizem antropologicamente sobre os “Lençóis Maranhenses”? Essas imagens nos possibilitam identificar a continuidade da estética do pitoresco, na medida em que elegem nos seus enquadramentos certos elementos e características

Longe de tratar o termo pitoresco de forma anacrônica, o que busco é apreender as características e os conteúdos deste conceito que permitam, por um lado, evidenciar de forma mais ampla, e por outro, de mediar a interpretação do universo empírico desta pesquisa, percebendo a reverberação e a continuidade de seus traços na contemporaneidade, perante o processo de percepção e apreensão da natureza em unidades de conservação propiciadas pelo turismo, como é o caso do PNLN.

Quando procuramos seu significado na língua portuguesa, o termo é definido como “aquilo que é excêntrico, inusitado ou interessante. Algo que chama atenção por sua particularidade e unicidade, além de possuir a capacidade de entreter, distrair ou divertir por causa da sua essência própria e diferente”¹¹³. O termo pitoresco, entretanto, estava ancorado ao universo da arte, expressado principalmente no campo da pintura, significando “aquilo que é digno de pintar-se”. Richard Payne Knight, Uvedale Price e William Gilpin são grandes representantes de pensadores do pitoresco, que construíam suas teorias ainda no século XVIII. Ao longo do tempo, a categoria se expande para a concepção e análise de jardins privados e parques públicos, mais à frente, como pressuposto para a criação das áreas protegidas e como valor instrumentalizado no processo de apreender as experiências vividas em viagens de formação (*Grand Tour*) ou viagens turísticas.

Indiquei no Capítulo 1 autores que ajudam a pensar o pitoresco, como Mesquita (2007), Diener (2008), Costa (2015), Chaimovich (2017), Argod (2018), Souza e Franco (2020) que pensam o pitoresco fora do campo da arte, embora perpassse em suas escritas a sua constituição nessa esfera e a sua devida importância; o que esses autores tratam (com alguma reserva à Mesquita (2007), já que reflete o pitoresco no contexto urbano) é o que se aproxima às minhas reflexões no presente trabalho: o sentido de continuidade, extensão, sobrevivência e manifestação de uma categoria de pensamento que conforma certa visão e relação com a natureza e suas composições, que levam à sua admiração e contemplação, a partir de determinados princípios e características. O que pode ser pensado na delimitação da natureza à condição de áreas preservadas e/ou áreas de visitação turística. O pitoresco não cessa, reinventa-se na contemporaneidade.

O estudo de Mesquita (2007), por exemplo, apropriando-se da noção de *sobrevivência* de Georges Didi-Huberman (2013 [2002]), – espécie de “permanência” por meio de um sintoma, de uma coisa deslocada, uma exceção –, reflete o pitoresco através de suas aparições no espaço urbano de valas, brechas e canteiros, a partir do acaso e não como artifício para provar a história. No caso do nosso estudo, a sobrevivência do pitoresco se dá no destaque de imagens e narrativas turísticas na busca de uma paisagem ideal (CRUZ et al, 2016) – o Éden, o paraíso, cenário de sonho, o surreal – capazes de minimizar as angústias existenciais e problemas sociais vividos fora dessa paisagem ideal, que é almejada, imaginada, mas consumida pelo turismo.

¹¹³ Disponível em: <<https://www.significados.com.br/pitoresco/>>. Acesso em 16 de dez de 2022.

Price (1794) citado por Cruz et al (2016, p. 184) nos aproxima do entendimento do pitoresco, que se faz presente na observação e posterior registro em imagens, principalmente artísticas, que identifica nas paisagens da natureza aspectos singulares, rústicos, incertos, variados, ásperos, deteriorados, fragmentados, intrincados. Essa perspectiva, permite-nos identificar nas imagens aqui destacadas referentes ao PNLM, uma permanência desses elementos em seu enquadramento fotográfico: a singularidade da união de dunas e lagoas em um mesmo lugar – o PNLM é costumeiramente classificado como um “deserto nas águas” –, o tronco seco de mangue, a casa de barro coberta de palha, as lagoas com cores de pedras preciosas, “fantásticas” dunas alvas, em um eterno movimento que produz um espaço incerto, variado. Aí reside o que entendo ser a sobrevivência e continuidade do pitoresco nas imagens PNLM. Essa continuidade do pitoresco é o que permite tornar a natureza “única” do PNLM em produtos turísticos, tornando-se uma película presente na percepção da natureza em áreas naturais preservadas, que se transmuta em uma natureza commodificada.

5.4 Imagens dos “Lençóis Maranhenses” em um mundo-mosaico: a película do instagramismo

Vimos, portanto, no tópico anterior o que pode ser entendido como a *sobrevivência* da estética do pitoresco nas imagens contemporâneas referentes ao PNLM. Entretanto, considero que possa haver também outras formas de pensar, conceber e registrar, em imagens, a experiência turística na natureza naquela unidade de conservação, como é o caso da estética, que vem sendo designada *instagramismo* ou *instagramável*. É o que irei tratar neste último tópico, em diálogo com as imagens do Quadro 5.

Os termos são neologismos inspirados na rede social do *Instagram*, uma das mais populares e usadas em nosso tempo. Criada em 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, é uma rede social predominantemente *visual*, em que fotografias e vídeos podem ser editados no próprio aplicativo antes de serem publicados, cuja finalidade é tornar público imagens de si e das percepções pessoais sobre o mundo. Segundo a perspectiva de Lev Manovich (2017), o *instagramismo* é uma invenção estética que *satura* e *intensifica* a realidade por meio da criação de imagens

projetadas, idealizadas e perfeitas do objeto de interesse, entretecida por filtros, cores, granulações e efeitos presentes no próprio aplicativo. Através de características fotográficas que retratam ícones, o *instagramismo* não revela tantas informações, por recriarem e reproduzirem, no espaço virtual, estereótipos já presentes no imaginário social que cultivam.

Salazar (2017), entende o termo *instagramável* como um *entremeio* estético entre uma cultura visual e um estilo de vida, que integra no imaginário coletivo contemporâneo novas configurações de criação, percepção e utilização de visualidades. Para a autora, existe uma amálgama entre fotografia, *design*, arte, consumo e cotidiano reunidos em uma mesma plataforma digital automatizada e programada, que pautam tendências, modas, comportamentos e valores e constituem um mundo quase autônomo da realidade concreta. Podemos indicar, pela perspectiva de Jonathan Crary (2012 [1990]), o *instagramismo* e o *instagramável* como novas modalidades na história da visualidade, que reorganiza a nossa visualização sobre o mundo e produz um novo tipo de observador diante de arranjos sociais também novos, a partir dos quais as capacidades desse novo observador se tornam possíveis.

Considerando essa perspectiva, quando refletimos o contexto turístico no PNLN, notamos a estética do *instagramismo* presentes na produção e divulgação em redes sociais das muitas imagens que buscam retratar a experiência de viagem nesta unidade de conservação. Em meus levantamentos de pesquisa sobre imagens do PNLN – que depois foram sintetizadas no Quadro 5, para fins de análise – comecei a notar a recorrência de um padrão nessas imagens, no que diz respeito aos seguintes elementos: enquadramento, cores, tonalidades, posturas, performances, poses, vestimentas, semblantes. As imagens pesquisadas mostravam/mostram os turistas, em pé ou mesmo sentados, no topo de uma duna, a observar e apreciar, sozinhos, geralmente, de frente para os objetos de contemplação – dunas, lagoas, céu, sol, vegetação, animais, pôr do sol – e de costas para quem o retrata e para nós, expectadores. Solitário, em meio a imensidão da paisagem, transmite um sentimento de apossamento romântico e individualizante da natureza.

É como se os turistas “me dissessem” que suas experiências turísticas na natureza dos “Lençóis Maranhenses” sintetizadas em fotografias que eu observava, expostas em redes sociais, especialmente no *Instagram*, como *troféus* (SONTAG, 2004), só poderiam ser retratadas daquela *forma*, com filtros e mais filtros adicionados à fotografia, com certas poses, encenações, cortes, focos, desfoques, brilho, gestos, enquadramentos. E que

forma era essa de retratar a experiência turística na natureza, que se repetia a cada imagem que eu olhava?

Dessa forma, cheguei às noções de *instagramismo* e *instagramável*, que depois de entendidas teoricamente, passam a ser estabelecidas, no âmbito deste trabalho, como películas estéticas da contemporaneidade, que estão presentes na constituição do olhar sobre a natureza dos “Lençóis Maranhenses”, como produto-destino turístico, roteirizando a produção e apresentação de imagens de propaganda turística presentes em revistas, livros, sites, redes sociais etc., bem como nas imagens produzidas pelos próprios turistas que visitam o parque.

Apresentei anteriormente as imagens do Quadro 5, que serão reproduzidas no presente tópico como miniaturas de um mosaico de imagens instagramáveis ou de *instagramismo*, inspirada na concepção de Vilém Flusser (199) que considera que estar no mundo fotográfico do *Instagram*, cuja função é a criação e recriação do mundo pelo visual de fotografias e vídeos, é existir no que ele nomeia como mundo-mosaico.

O mundo-mosaico é o modo de vivência por fusões e recombinações das nossas experiências vividas através de imagens compartilhadas em uma comunidade, como é o caso do *Instagram*. Ou seja, a forma como apresento as imagens do Quadro 5, em forma de mosaico, significa que faço uma recombinação de imagens que já eram reconstruídas na sua origem. As imagens nesta rede social são editadas e reeditadas antes de serem apresentadas publicamente. Não à toa, cresce cada vez mais críticas a ela.

O *Instagram* está remodelando o turismo mediante o fator da estética fotográfica que é submetido ao número de curtidas nas imagens fixas e em movimento, que significa em alguma medida que o fotografado está em um lugar espetacular¹¹⁴.

Para Tavares (2018) comentando a obra de Salazar (2018), apresenta e reforça as ideias desta autora ao estabelecer que o *Instagram* tem sido um aplicativo que *guia* a vida dentro e fora da virtualidade e promove o encontro entre a estética e a vida cotidiana através de imagens. Tavares (2018) indica que as imagens instagramáveis, em Salazar (2018):

E como exemplo aponta as fotos geométricas, com contraste calculado entre figura e fundo, que criam uma atmosfera perfeita para expressar algo que seus

¹¹⁴ Sobre isso ver em: <<https://www.forbes.com.br/negocios/2018/02/como-o-instagram-esta-remodelando-o-turismo/>>. Acesso em: 09 de fev. 2022.

autores desejem, e um clima específico que promove a estetização do cotidiano (g.n.)¹¹⁵.

Na perspectiva de Salazar (2018), o *Instagram* pode ser lido como um mecanismo e como espaço digital de “cálculos estratégicos” entre design e publicidade que são materializados nas imagens fixas e em movimento. A autora ao discutir sobre o impacto desse aplicativo na produção de imagens cada vez mais *falsas*¹¹⁶ (principalmente no âmbito do turismo) ou que *criam outras realidades*, coloca-nos diante da questão da estetização do mundo como uma estrutura social da contemporaneidade. O conceito de estetização do mundo é desenvolvido por Lipovetsky e Serroy ([2013] 2015) que indicam:

Estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética. O estilo, a beleza, a mobilização dos gostos e das sensibilidades se impõem cada dia mais como imperativos estratégicos das marcas: é um modo de produção estético que define o capitalismo de hiperconsumo (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 13).

Perante essa perspectiva, é possível designar o Instagram como uma “operação de natureza fundamentalmente estética” que impõe imperativos sobre a forma como vemos e registramos o mundo, que podem ser exemplificadas com as imagens do PNLM produzidas para o *Instagram*. Para os autores, o capitalismo está na origem da economia estética e da estetização da vida cotidiana, em que o real é construído como uma imagem, “integrando nesta uma dimensão estético-emocional que se tornou central” (p. 14). Essa nova figuração social é o que os autores chamam de *capitalismo artista* ou *criativo transestético*:

[...] que se caracteriza pelo peso crescente dos mercados da sensibilidade e do “design process”, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos lugares mercantis, de integração generalizada da arte, do “look” e do afeto no universo consumista. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 14).

¹¹⁵ Ver em: <https://www.ufpe.br/agencia/pesquisas-bkp/-/asset_publisher/rIL2cIuRIxA4/content/ao-pautar-a-criacao-de-imagens-o-instagram-pauta-a-propria-vida/40623>. Acesso em 09 de fev. 2022.

¹¹⁶ Temos visto notícias e perspectivas críticas quanto a isso. Ver: Martínez (2019) e Verne (2019). Destaco os trabalhos de Natacha de Mahieu, que produz *imagens questionadoras* do turismo, na série “Teatro da autenticidade”, de Polina Marinova que faz uma relação entre imagem *fake* e imagem *instagramável* e de Champoo Baritone, que trata da relação entre enquadramento, recorte, beleza, falsidade e felicidade nas imagens do *Instagram*.

Segundo os autores essa lógica repercute também, e é o que quero destacar, sobre o olhar turístico “que em toda parte só vê paisagens a admirar e fotografar, como se fossem cenários ou pinturas” (p. 31). Desse modo, o olhar turístico sobre o PNLM que o enxerga e limita-o a um *cenário de sonho* e como *paraíso*, expresso nas muitas imagens ao longo deste trabalho, está ancorado na estetização do mundo no capitalismo artista. O Instagram, por sua vez, torna-se um repositório imagético por excelência para a divulgação e reprodução da estetização do mundo, considerando a perspectiva de Lipovetsky e Serroy ([2013] 2015).

Maouni (2020) em diálogo crítico com Urry (2001), busca compreender em que medida os jovens gregos na condição de viajantes (turistas) constroem suas representações (de si e dos lugares turísticos) na esfera do Instagram e como este influencia nas representações visuais sobre aquele grupo específico nas viagens turísticas. Aponta que o *Instagram* oferece condições fundamentais como um espaço ideal para o processo de coprodução e cocriação de imagens de um destino ou lugar turístico. A autora estabelece como conclusão de que há influência considerável do *Instagram* sobre o “olhar turístico” e o processo fotográfico daquele grupo pesquisado. Embora visitem e fotografem os pontos consagrados dos lugares turísticos, seguindo o ciclo hermenêutico pré-definido sugerido por Urry (2001), seguem outros rumos nestes lugares forjando novas imagens e, por conseguinte, compartilham novos olhares, rompendo em parte tal círculo. O rompimento do círculo hermenêutico do olhar turístico está relacionado diretamente às condições impostas de tempo e de espaço nos lugares de visitação turística pelas agentes que guiam os turistas, mas, sobretudo, pelo poder do olhar conformado socialmente sobre lugares turísticos, pois mesmo que o turista tenha “liberdade” de caminhar pelos lugares durante os passeios e fotografá-los à sua maneira, ainda sim, pode ocorrer a reprodução das imagens consagradas e divulgadas sobre os destinos turísticos. A crítica da autora é quanto à linearidade do modelo do círculo hermenêutico e a não-capacidade de agência dos turistas no processo de apreciação e registro fotográfico dos lugares por eles visitados.

Nascimento (2020) ao tratar lugares turísticos instagramáveis se aproxima da perspectiva de Salazar (2018), quando indica que tais lugares “apresentam uma singularidade que não concorre com nenhuma outra turistificação congênere” (p. 6). Tal “singularidade” é construída por meio de imagens das viagens *manipuladas* e que são compartilhadas nas redes sociais. O autor apresenta em seu texto alguns exemplos interessantes que se juntam aos que indiquei na nota de rodapé 114:

A já clássica selfie perante o templo indonésio de Pura Lempuyang é resultado de um truque: para simular um espelho d'água sobre o qual o turista parece flutuar coloca-se um espelho ou uma superfície refletora na parte inferior da lente da câmera. A prova de amor exibida nas redes sociais por quem se arrisca nas alturas da pedra do Telégrafo é resultado de uma ilusão de ótica. Para tê-la, basta posicionar o equipamento fotográfico no ângulo certo. E mesmo a praia de Maya Bay, de paisagem exótica e desabitada pelo que foi visto no cinema, convive com os mesmos problemas do velho turismo de sol, praia e mar, a julgar pela fala de um turista que recentemente a visitou: “estava fazendo uma foto da minha namorada no mar, quando percebi que isso era feito por todos os demais namorados do Instagram” (NASCIMENTO, 2020, p. 6).

As imagens *instagramáveis*, dessa forma, são marcadas pelo *truque*, *simulação*, *ilusão* e *reprodução* de performances, como no exemplo do casal de namorados na praia tailandesa de Maya Bay ou dos turistas solitários nas dunas dos Lençóis Maranhenses.

A relação direta entre o *inframável* e a *estetização* do comportamento de consumidor é abordada por Alves (2021), embora não remeta especificamente tal relação à esfera do turismo. A partir das narrativas de seus interlocutores de pesquisa, conclui que as imagens *instagramáveis* “sofrem uma teatralização do estilo de vida como o estilo de vida ideal, de perfeição” (p. 39), que mascara as problemáticas da vida concreta no mundo social. Segundo a autora, existe uma *cultura do instagramável* que “pressupõe a criação de espaços com cenários desenhados para ser fotografados e publicados no Instagram” (p. 40), que permite o desenvolvimento de um “olhar instagramável”, que gera nos sujeitos a fabricação de várias regras para sustentar e reproduzir esta estética. Dessa forma, “são as flutuações na estética instagramável”, produzidas no jogo entre conteúdos, ações dos usuários e a estrutura do aplicativo que, conforme a pesquisadora, moldam os comportamentos de consumidor. Assim, a cultura do *Instagram* molda uma estética específica que permite a criação espaços como cenários forjados para serem consumidos por meio de fotografias.

Relacionado ao PNLN, Santos (2021) elege o *Instagram* como objeto de estudo para compreender a promoção turística dos “Lençóis Maranhenses”, destacando-o como uma ferramenta no marketing turístico digital mobilizado pelo Estado (Secretaria de Turismo do Estado do Maranhão – SETUR-MA). A pesquisadora analisa dois perfis @seturmaranhão e @materradeencantos, destacando as ênfases nas ações governamentais e os direcionamentos desenvolvidos na promoção turística do polo turístico dos Lençóis Maranhenses (classificação do Estado no âmbito estadual). Aponta que, embora este polo turístico tenha destaque naqueles perfis do *Instagram*, tais perfis

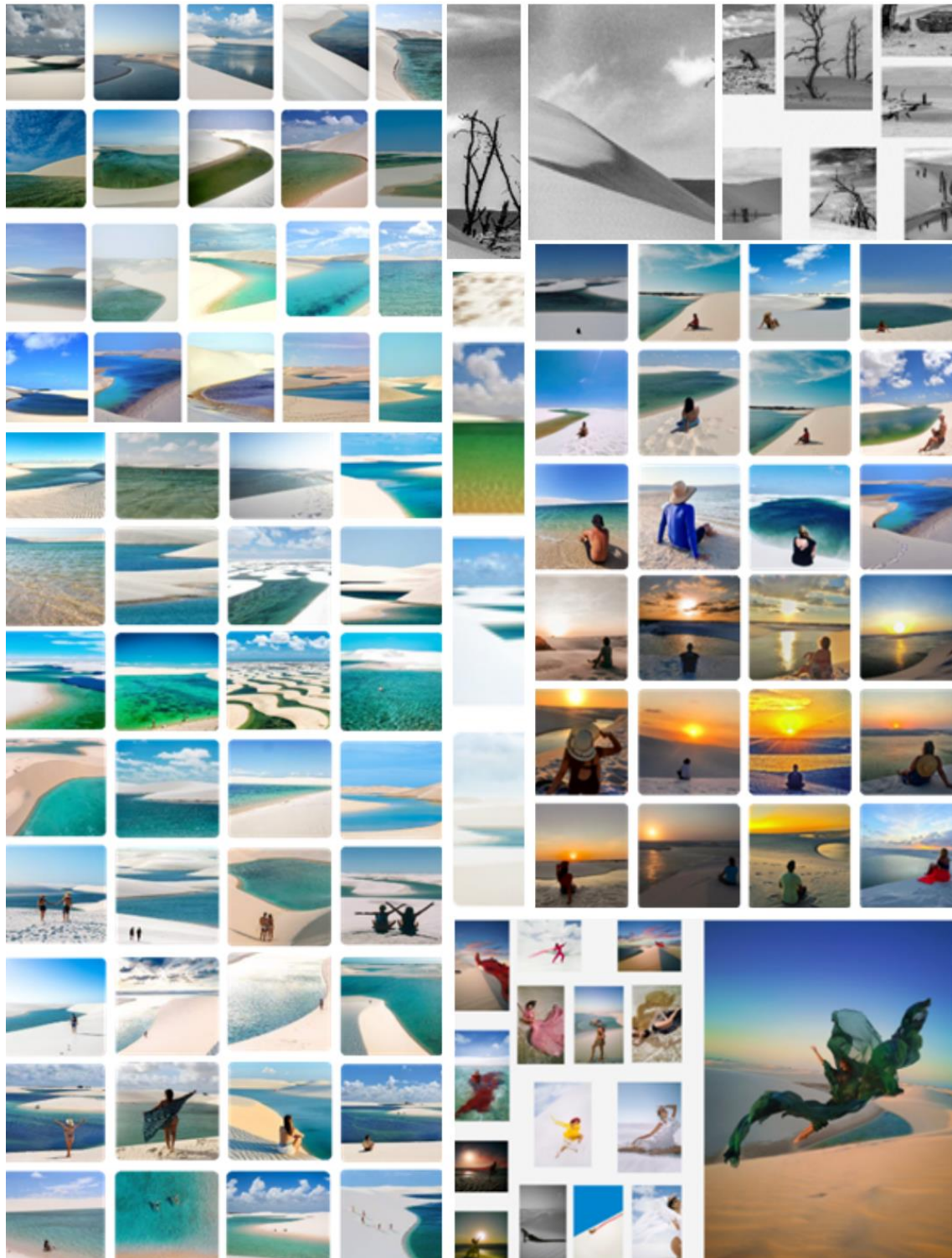
são desarticulados com outros órgãos governamentais no processo de promoção turística, tornando iniciativas isoladas e não convergentes.

Olivier Kmia (2018), fotógrafo norte-americano, estabeleceu um movimento parecido com o de Penélope Umbrico, captando e compilando centenas de imagens, mas de lugares turísticos muito fotografados pelo mundo, atentando para o fato de que também é um turista e está entremeadado por tais lógicas de registro de imagens; faz parte desse jogo. Criou um neologismo a partir do Instagram e sua relação com o turismo, *Instravel*, para nomear e classificar o modo e a forma como a experiência do turismo de massa tem se estabelecido em nosso tempo. Para o fotógrafo, trata-se de uma experiência fotogênica e imagética que produz fotografias iguais e similares. O resultado do seu processo de reflexão da relação entre Instagram e turismo é um vídeo¹¹⁷ instigante e impactante, que provoca os sentidos e chama atenção para as armadilhas do olhar turístico.

Voltemos às nossas *imagens instagramáveis* dos “Lençóis Maranhenses”. Logo à frente, apresento o meu mosaico, que ao reunir imagens variadas dos Lençóis Maranhenses parecem compartilhar uma linguagem visual e uma estética própria no que diz respeito à publicização das memórias de viagens. É possível observar, nesse sentido, uma padronização de cores, tonalidades, poses e enquadramentos ainda ancorados em uma concepção romântica sobre (estar na) a natureza. O mosaico nos possibilita perceber imageticamente o *espaço do turista* (AUGÉ, 2012). Espaço este que se experiencia sozinho (no topo da montanha, ao pôr do sol), mas também do *não lugar* (AUGÉ, 2012) turístico do PNLN, de uma natureza intocada, isolada de humanos, sem história, sem memória.

¹¹⁷ Para acompanhar o trabalho do fotógrafo, é preciso acessar em: <https://vimeo.com/253334732?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=22612944>. Acesso em 09 de fev. 2022.

Figura 55: Painel de miniaturas composto de fotografias dos painéis 1, 2, 3, 4 e 5



Fonte: Vários usuários, vários autores, 2018-2022.

As imagens, em miniatura, mostram os turistas, em pé ou mesmo sentados, no topo de uma duna, a observar e apreciar, sozinhos, de frente para os objetos de contemplação – dunas, lagoas, céu, sol, vegetação, animais – e de costas para quem o retrata e para nós expectadores. Solitário, em meio a imensidão da paisagem, transmite um sentimento de apossamento romântico e individualizante da natureza, que nos faz lembrar da imagem do jovem viajante de Caspar David Friedrich, que é retratado como uma figura solitária confrontando-reverenciado a natureza em sua grandiosidade, de costas para quem o observa.

Nesse sentido, Susan Sontag (2004) indica que as fotografias transformam e alargam nossas ideias sobre “o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar” (p. 13). Além disso, a ensaísta norte-americana estabelece uma relação entre fotografia e turismo, quando argumenta que as fotografias convertem a experiência da viagem em imagens. Estas, então, documentam sequências de consumo e ajudam a tomar posse de um espaço visitado turisticamente, de modo que a viagem se constitui como um mecanismo de acumular fotos-troféus.

Viajar se torna uma estratégia de acumular fotos. Os turistas, em sua maioria, sentem-se compelidos a pôr a câmera entre si mesmos e tudo de notável que encontram. Isso dá forma à experiência: pare, tire uma foto e vá em frente. (SONTAG, 2004, p. 20).

Consta também no mosaico dois ensaios fotográficos que parecem se harmonizar com as outras imagens. O primeiro, de 2018, “Huawei Mate 20 Series Campaign”, do fotógrafo mexicano de moda e fine art, Jvdas Berra, configurou como uma peça publicitária para o lançamento de um dos celulares da marca Huawei (pode ser identificado na parte inferior do mosaico, à direita); o segundo (na parte superior do mosaico, à direita), de 2022, “Lençóis Maranhenses de Beleza, Pureza e Delicadeza”, do rondoniense Eliomar Santos, uma publicidade para a Revista Fotografe Melhor, especializada em fotografia, que na verdade se constitui como um dos ensaios pré-selecionados para o “Grande Prêmio Fotografe, 2022”. Trata-se de ensaios fotográficos artísticos, de fotógrafos profissionais.

O primeiro fotógrafo explora a natureza do PNLM como cenário, como paisagem para modelos em poses performáticas e artísticas que enchem o primeiro plano das fotografias tiradas pelo aparelho divulgado, o viés aqui é nitidamente comercial. O

segundo ensaio, com imagens em preto e branco, destaca poeticamente a natureza do Parque sem nenhum traço de presença humana, apenas com as formas de troncos e galhos secos que tentam estabelecer uma espécie de conversa com o chão de areia e as lagoas propositalmente descoloridas.

As imagens das fotografias do mosaico que retratam o PNLN, extraídas de várias fontes (*Flickr*, *Google* fotos, *Instagram*, ensaios fotográficos), quando refletidas, inseridas em conjunto, levam-me à compreensão de que elas incutem a ideia de uma natureza prístina, grandiosa, divina, intocada, surreal, simplificando ou apagando a variedade e a diversidade humana das famílias tradicionais que ali vivem, desconectando-se de questões político-econômicas daquela configuração social, propagada como destino turístico único. As imagens, ao mesmo tempo, que produzem um encantamento, uma associação à ideia de paraíso, reinscrevem, em novas imagens autorais, uma nova percepção sobre o espaço e sobre a natureza muito similar às aquelas já consagradas.

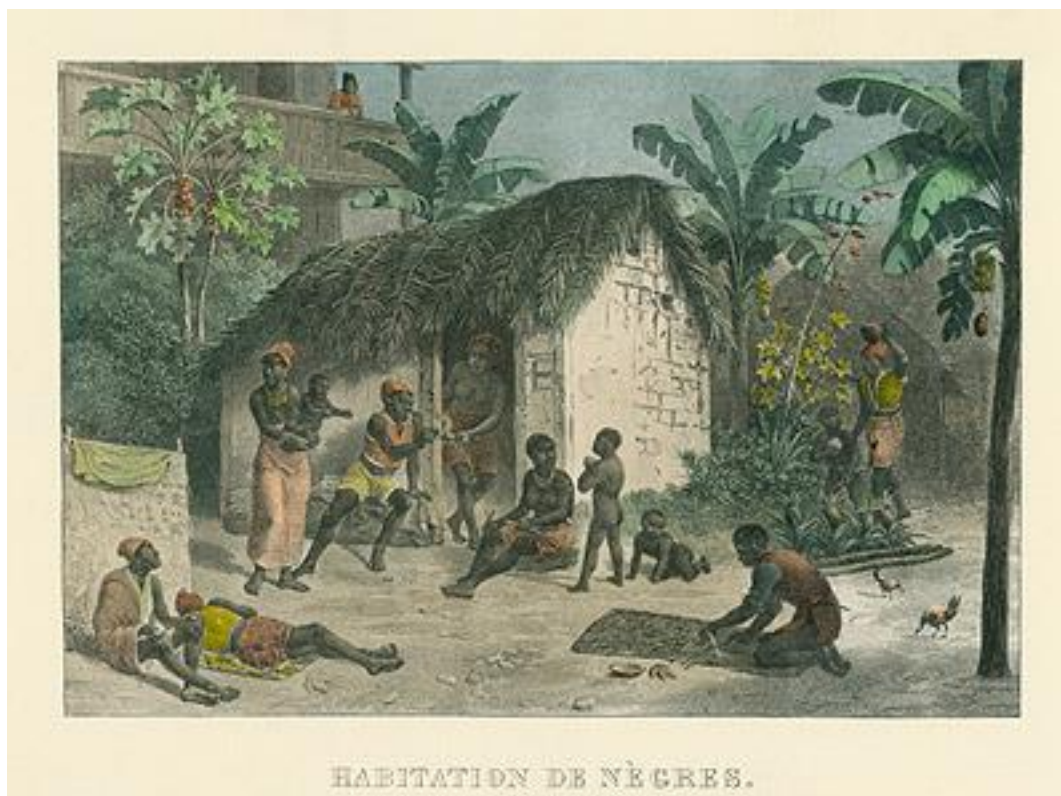
A totalidade das imagens que apresentei ao longo deste capítulo final podem figurar como uma reatualização do caráter pitoresco, categoria estética que remete a uma natureza acolhedora, generosa e grandiosa e entende as construções humanas presentes na paisagem, como sendo rústicas, exóticas, simples, singulares.

O pitoresco esteve presente na construção histórica da visualidade sobre a natureza, cultura e populações do nosso país no processo de colonização europeia, guiando o olhar de artistas vinculados à várias missões artísticas, como nos trabalhos imagéticos de Rugendas, Debret, por exemplo.

Nesse sentido, notei em uma primeira mirada “algo de parecido” entre duas imagens coletadas ao longo da pesquisa, que a título de reflexão apresento aqui: duas imagens temporalmente distantes, mas me questiono se próximas esteticamente. A primeira, “Habitação de Negros”, é uma das litografias mais famosas do artista Johann Moritz Rugendas, que integra a obra “Viagem Pitoresca através do Brasil”, de 1835.

A segunda imagem, sem título e sem legenda, sem numeração de página, é de autoria do fotógrafo maranhense Meireles Jr., e uma das fotografias da sua obra “Descobrimos os Lençóis Maranhenses”, 2003. A visualização das duas imagens me provoca a reflexão e questionamento de uma possível continuidade do pitoresco, que no âmbito deste trabalho só foi iniciada.

Figura 56: “Habitação de Negros”, Rugendas, 1835



Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural, 2023.

Na imagem de Rugendas, ressalta aos olhos, o primeiro plano que contém os negros escravizados à porta de sua habitação, que pelo termo consagrado chama-se senzala. Aqueles indivíduos – homens, mulheres, crianças – estão realizando uma série de ações e estabelecendo interações.

Alguém está deitado preguiçosamente em uma esteira de palha no chão; alguém começa a fumar alguma coisa que foi acesa pela mulher que está na porta; uma mulher segura o bebê que não quer ficar em seu colo; outra mulher carrega em sua cabeça um jarro e segura o braço do menino nu, assim como todas as crianças da cena. Há a mulher que corta palhas, mas pausa a tesoura para ouvir a pequena criança. Um bebê engatinha e observa o homem que trança as palhas fazendo uma nova esteira.

Os personagens da cena de Rugendas conversam, se olham e se escutam, estão realizando ações e estão em movimento. Ao fundo e acima tem-se a presença da sinhazinha a mirar os negros escravizados do alto de sua sacada, indicando simbolicamente nesta cena, lugares assimétricos de poder e posição social, mas também de distanciamento físico e social. Plantas de várias espécies contornam, ornamentam, colorem e se fazem presentes nas bordas da imagem. Há bananas e abacaxis maduros. Há

galinhas ciscando o chão. Com exceção do homem que dorme podemos ver e conhecer suas faces, suas feições e possivelmente suas intenções. A vida se dá do lado de fora da habitação e na vizinhança (há uma outra habitação monocromática ao fundo). O verdume das palhas que cobrem a habitação principal indica que foi recém-coberta. Podemos observar todos esses elementos na cena de Rugendas, natureza e cultura em convergência, embora em uma estrutura social de dominação devido à escravização de negros e negras.

Figura 57: Tipo de habitação presente no PNL



Fonte: Meireles Jr., 2003.

Na fotografia de Meireles Jr., a habitação dos nativos do PNL está no primeiro plano e ao fundo os elementos da natureza, com destaque para os altos coqueiros. Parece não haver ninguém na cena e já não é mais uma “habitação”, mas uma casa que parece existir sozinha sem vizinhança. Nota-se, depois de um esforço, poucos elementos de habitação humana: há uma senhora na porta, com seu corpo mais para dentro do que fora, provavelmente a dona da casa. Há outra pessoa dentro da casa, mas que não conseguimos ver quem é. Há um pano secando no varal do lado esquerdo, que quase não se nota, mesmo na fotografia original com melhor resolução. E só.

Nas duas imagens temos a relação entre a materialidade da casa e elementos da natureza em um conjunto rústico, exótico e pitoresco. Conjunto que foi julgado como digno de ser pintado e fotografado, respectivamente. Entretanto, a segunda imagem registra para a eternidade e para quem entra em contato com o PNLM por meio de imagens, um esvaziamento do humano, que se pode pensar, viver em um estado de isolamento em meio à natureza. Neste primeiro momento de reflexão, pode-se indicar que imagens desse tipo podem ser pensadas como *negligenciadoras* da existência humana no PNLM, pois remete para processos de invisibilização e exotização que têm desdobramentos concretos no mundo social. Para além dessa fotografia, a história está aí para mostrar tais desdobramentos: genocídios, deslocamentos compulsórios, expropriações, punições. As imagens não contam apenas histórias, definem histórias.

Se pudermos considerar imagens desse tipo, como a de Meireles Jr., como imagens de um *novo pitoresco*, que ainda contém elementos e ideias do rústico e do exótico da natureza e da cultura, esse *novo pitoresco*, parece-me, em uma primeira leitura, que precisa ser aprofundada, tende a invisibilizar o elemento humano e exaltar a natureza.

Diante disso, as noções de *pitoresco*, *instagramismo* e *instagramável* se mostram como conceitos potentes para pensar o processo de continuidade, reatualização e incorporação de estéticas nas visualidades, narrativas e práticas que fundamentam o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses como mercadoria turística, a ser consumida como um fragmento da natureza como “paraíso”.

Pensando com e para além desses dois conceitos, defendo a ideia de que existe a presença de uma película ideológica que se adere às imagens, narrativas e práticas turísticas, que foi e é construída por diferentes atores e agentes, baseada em certas estéticas, como a do pitoresco e a do instagramismo. Essa película ideológica conforma, assim, uma determinada visualidade que coopera, naturaliza e legitima a commodificação da natureza no PNLM. Sendo mercadoria, quantos alcançam esse “paraíso”? Sendo espaço de vida, quantos lá permanecem e permanecerão?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Parque Nacional do Lençóis Maranhenses como *lugar turístico* é constituído por uma série de condições e transformações sociais ao longo das últimas duas décadas, de modo que as imagens produzidas para sua promoção turística, ou, aquelas referentes aos registros feitos por turistas de suas experiências de viagem, ocupam um lugar importante nesse processo.

A indústria do turismo é uma das principais no mundo, e em unidades de conservação da natureza tem se tornado um negócio em disputa cada vez mais lucrativo, quando mercantiliza destinos e comodifica a natureza, difundindo imagens hegemônicas e esteticamente deleitosas, produzindo a crença no imaginário social de que é possível visitar lugares destituídos de história, de memórias, de raízes, conformados em “paraísos terrestres”, como é o caso do PNLM.

Uma das problemáticas identificadas no presente trabalho é justamente o engessamento da percepção da natureza em determinados enquadramentos que educam e limitam o olhar do turista para certos recortes da natureza a ser contemplada e consumida que desprezam o *continuum* da complexidade existente no PNLM. Enquadramentos de recortes da realidade que designam as formas como se expressam as perspectivas lançadas sobre a natureza. Não quero dizer que as imagens que aqui foram apresentadas não sejam belas, pelo contrário, por serem belas, precisam ser problematizadas também.

A beleza contida nas imagens torna-se inclusive um obstáculo visual no exercício do olhar do pesquisador¹¹⁸, em que a observação primeira dessas imagens da natureza do PNLM que “prende o olhar” e causam encantamento, torna-se um obstáculo inicial para a cultura científica¹¹⁹. É preciso, pois, ultrapassar sociologicamente o encantamento, compreendendo que o encantamento das imagens da natureza do PNLM causa um efeito simbólico sobre os turistas, impulsionando o desejo turístico. É também o resultado elaborado e esperado pelos agentes de comodificação da natureza na divulgação do lugar turístico PNLM. O encantamento está presente nas fotografias do PNLM que reinscrevem novas codificações do espaço e da natureza.

O que o presente trabalho propõe é suscitar uma reflexão sobre o modo como estamos olhando a e para a natureza e a captando em imagens que se tornam instrumentos

¹¹⁸ Jean Galard (2012).

¹¹⁹ Gaston Bachelard (1996).

ideológicos para o seu consumo, por meio do turismo ecológico, nem sempre “sustentável” para as comunidades receptoras, bem como para o meio ambiente, como foi apontado ao longo dos capítulos sobre a situação atual do PNLM. É refletir sobre as relações que estabelecemos com a natureza e que são registradas em imagens: quais imagens estamos produzindo e para que elas servem? O que fazemos diante das imagens?

Ainda vivo, Martin Parr, por exemplo, dedicou boa parte de sua produção fotográfica a captar o fenômeno do turismo, passando a fotografar particularmente o decadente balneário britânico de New Brighton, em toda sua efusão e melancolia. Suas fotografias ao enquadrarem cenas de turistas naquele espaço turístico serviram como uma *metáfora* para pensar uma nação em declínio, isto é, a sociedade pós-industrial da era Thatcher, em meados da década de 1980¹²⁰.

Brizuela¹²¹, ao refletir a relação entre fotografia e a constituição histórica brasileira, indica que, no período imperial, as fotografias foram utilizadas como uma forma de visualização espacial sintonizada à época, chamando atenção para os modos como o espaço e o território foram figurados, configurados e reconfigurados pela fotografia no curso do século XIX. A autora mostra ao longo de sua obra que o surgimento da fotografia se relaciona com a necessidade de *visionar o espaço* de uma nova forma, e que naquele período, o modo de produção de imagem visava devolver à natureza sua magia.

O que precisa ser destacado é que as imagens sempre contam histórias¹²², carregam intenções e fabricam narrativas sobre o mundo social. Em minha reflexão inicial, as imagens do PNLM apresentadas no âmbito desta pesquisa, servem para reforçar uma visão que separa a natureza da realidade e constrói um *não lugar* propício para o turismo dentro da unidade de conservação, o *lugar turístico*.

As imagens expressam variadas relações e possibilitaram, no âmbito deste trabalho, serem uma baliza importante na compreensão sobre as percepções e representações sobre a natureza e o modo como elas vêm sendo construídas por diferentes agentes como mercadoria cada vez mais valorosa com o objetivo de atrair novos fluxos de capital ao passo que invisibilizam populações tradicionais que ali vivem.

Paralelo a isso, as imagens, fixas ou em movimento, fornecem inúmeras possibilidades de usos nas ciências sociais, e são historicamente aliadas às construções

¹²⁰ A série fotográfica de Martin Parr é “The Last Resort”, de 1986. Ver Williams (2014).

¹²¹ Brizuela (2012, p. 16).

¹²² Peter Burke (2017).

antropológicas sobre o mundo social, que no presente trabalho se conformaram como estratégia de pesquisa, não somente como fonte de pesquisa, mas também como um instrumento de aproximação e interação com os interlocutores de pesquisa, além de ser objeto de análise.

Ao submeter certas imagens (sobretudo as fotográficas) à análise socioantropológica, várias compreensões são possíveis, de modo que a leitura que foi realizada apontou para o que chamei de *películas estéticas*, que se coadunam e cooperam para a constituição de certos padrões de imagens que cristalizam a natureza do PNLM a partir da ideia de *paraíso*. Pontuo que tais imagens são apenas fragmentos da complexa visualidade produzida sobre o mundo natural, em especial na unidade de conservação investigada. Essas *películas estéticas* não devem ser entendidas como referências estanques, binárias ou opositoras, mas como referências que têm fronteiras difusas e flutuantes, que podem se aproximar em novos diálogos e percepções sobre a natureza.

Uma das *películas estéticas* identificadas é a sobrevivência e continuidade do pitoresco entre o belo e o sublime¹²³, que busca ressaltar composições que destacam o grandioso, o rústico, o belo, a partir de elementos da natureza (lagoas, dunas, troncos secos, nuvens, sol, céu, folhas, flores), com uso de cores claras, vivas e brilhantes e ângulos, em sua grande maioria, que estão ao nível do olho do observador, como um convite a participar da cena.

As imagens apresentadas na última parte deste trabalho – de turistas sentados ou em pé sobre as dunas observando à sua frente a paisagem natural de dunas, lagoas, pôr do sol, de braços abertos ou mãos repousadas sobre o corpo ou sobre a areia, de costas para o espectador e para quem registra a cena – conformam um padrão *instagramável*. O *instagramismo*, assim, é a outra *película* identificada nas muitas imagens pesquisadas, que suscita inúmeras reflexões.

Uma delas diz respeito à perspectiva¹²⁴ que se fundamenta no pressuposto de que vivemos, conhecemos, valoramos e agimos em função de imagens, o que possibilita a caracterização da própria essencialidade do *instagramável*. As imagens publicadas no *Instagram* designam o processo social do nosso tempo, da busca no mundo por *experiências instagramáveis* que possam se transformar em imagens filtradas, iluminadas e perfeitas, sejam elas casuais ou calculadas, para serem compartilhadas, admiradas e curtidas. O *instagramismo* é uma *película* problemática porque é um modo de olhar o

¹²³ Edmund Burke (2013).

¹²⁴ Flusser (1998) e Salazar (2018)

mundo a partir de enquadramentos, recortes e ângulos que valorizam apenas a *positividade, a felicidade, a beleza*, fabricando nas imagens *instagramáveis* idealizações dos objetos de interesse que são fotografados, distanciando-nos ainda mais da realidade e complexidade do mundo social.

Muitos e novos registros imagéticos sobre a natureza do PNLM são produzidos continuamente, com intenções artísticas, mas também comerciais, que enquadram essa área natural em cenas *pitorescas e instagramáveis*, que atuam para a divulgação turística, direcionando o olhar do turista e mediando as decisões de consumo turístico. Também inscrevem novos capítulos à história visual do PNLM, como é o caso das imagens fotográficas contidas na obra “Dunas”, do fotógrafo Evandro Martin, de 2021 e “Olhares invisíveis”, obra organizada pelo fotógrafo Meireles Jr, publicada em 2023. Para a pesquisadora são *oportunidades fotográficas*¹²⁵ para novas incursões de estudo e futuros trabalhos.

As questões que foram tratadas ao longo dos capítulos se mostram pertinentes na compreensão dos regimes de visualidade sobre a natureza impregnados nas imagens fixas e em movimento, ancoradas em um olhar condicionado socialmente que vai sendo constituído por meio do sistema que Rancière nomeou de partilha do sensível¹²⁶, que deveria nos tornar espectadores emancipados. Não são as imagens, com seus enquadramentos sobre o PNLM que têm que mudar, mas a variabilidade do nosso modo de olhar e nossa ética de valorização do outro.

Os resultados da pesquisa possibilitam contribuições à área na medida em que fornece certa reflexão sobre a problemática da comodificação da natureza em meio ao processo de existir e resistir de famílias tradicionais que vivem sob ameaça sobre seus territórios, não só por causa da exploração de seus lugares pelo turismo – como ocorre no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – mas por inúmeros outros processos recorrentes no contexto brasileiro.

Ao demonstrar os mecanismos, sentidos, representações, tensões e interesses de atores e agentes vários em torno da comodificação da natureza, este estudo pode contribuir para novas pesquisas ancoradas na compreensão socioantropológica sobre unidades de conservação de proteção integral, já que a tese chamou atenção para os diferentes fatores que forjam um quadro ideológico da natureza, que fixa determinados

¹²⁵ Concepção de Corine Vionnet (2005).

¹²⁶ Jacques Rancière (2009). A noção de espectador emancipado é também do mesmo autor, desenvolvido na obra homônima, de 2012.

significados para lugares e paisagens, esvaziados de história e naturaliza a commodificação voraz da natureza. Dessa forma, pode enriquecer as discussões no campo da Antropologia sobre as relações entre turismo e áreas protegidas, que são também forjadas mediante determinadas visualidades e discursos, que produzem um modelo de paisagem como produto turístico, e assim inspirar análises para outras situações empíricas em unidades de conservação.

Contribui também ao situar a questão das imagens turísticas no campo dos estudos antropológicos e a necessidade de discussão sobre os mecanismos, estéticas e narrativas que cooperam para a cristalização de determinadas imagens no imaginário social sobre a natureza, em especial em áreas protegidas.

Por fim, a tese contribui em especial à Antropologia, no que diz respeito à construção e desenvolvimento de pesquisas em períodos sociais críticos ou de crise, como foi o caso da pandemia da Covid-19, quando fomos impedidos de “estar lá” no trabalho de campo, observando e participando da vida de um grupo social, e tivemos que desconstruir, construir e reforçar estratégias metodológicas diante desse contexto, e dentro das possibilidades, utilizar os recursos tecnológicos a nosso favor para realizar a comunicação e interconhecimento com nossos interlocutores, mas também, enquanto pesquisadores, fabricar nestes tipos de contexto, espaços de resiliência, resistência e esperança que nos façam, de alguma forma, continuar a produzir conhecimentos que descortinem o mundo social.

REFERÊNCIAS

ABIRACHED, Carlos Felipe de Andrade et al. Áreas protegidas e populações tradicionais: conflitos e soluções. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS, 5., 2010, Florianópolis. Anais... Florianópolis: [s.n.], 2010.

ALBERT, Bruce. “Anthropologie appliquée ou anthropologia impliquée? - ethnographie, minorités et développement”. In BARÉ, Jean-François (org), Les applications de l’anthropologie – um essai de réflexion collective depuis la France. Paris, Karthala, 1995.

ALVES, Angélica Luísa Santos da Fonseca Castro. O admirável mundo instagramável: a estetização do comportamento de consumidor no instagram. Dissertação (Mestrado) – Instituto Universitário de Lisboa, Departamento de Sociologia, Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa/Portugal, 2021.

ANGELOU, M. “Ainda assim, eu me levanto”. In: CATOPODIS, Mauro. (Trad.). *Vinte Cultura e Sociedade*, 15 de fevereiro de 2014. Disponível em: <Disponível em: <https://vinteculturaesociedade.wordpress.com/2014/02/15/still-rise-de-maya-angelou-em-duas-traducoes/> >. Acesso em 02 de dezembro de 2021.

AQUINO, Livia. Da natureza nada se tira, apenas fotografias. Revista Facom, n. 25, 1º semestre, 2012.

_____. Entre olhar o turista e olhar para o que ele olha. In: DOBAL, Susana; GONÇALVES, Osmar. Fotografia contemporânea - Fronteiras e transgressões. Brasília: Casa das Musas, 2013.

_____. *Picture ahead: a Kodak e a construção do turista-fotógrafo*. São Paulo: Edição do Autor, 2016.

ARAÚJO, Silvana Miceli de. Artifício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI, Álvaro Jr., BARRETTO, Margarita (orgs). Turismo e identidade local: Uma visão antropológica. Campinas: Papyrus, 2001.

ARGOD, Pascale. “Do *road movie* à viagem selvagem”: a busca da aventura na estrada e o mito do viajante heroico. *Via* [Online], 14, 2018.

AUGÉ, Marc. Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, SP: Papyrus, 2012

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas: Papyrus, 2012.

BACHELARD, Gaston. A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

_____. [1942]. A água e os sonhos: ensaio sobre a imaginação da matéria. Trad. Antonio de Pádua Danesi. São Paulo: Martins Fontes, 2018.

BALÉE, W. Sobre a indigeneidade das paisagens. *Revista de Arqueologia*, v. 21, n. 2, p. 9-23, 30 dez. 2008.

BANDUCCI, Álvaro Jr. Turismo e Antropologia no Brasil: estudo preliminar. In: BANDUCCI, Álvaro Jr., BARRETTO, Margarita (orgs). Turismo e identidade local: Uma visão antropológica. Campinas: Papyrus, 2001.

BANDUCCI, Álvaro Jr., BARRETTO, Margarita (orgs). Turismo e identidade local: Uma visão antropológica. Campinas: Papyrus, 2001.

BARBOSA, Alberto Josefa. Reflexões sobre o conceito de produto turístico e sua gestão integrada. Desafios do produto turístico Santo Antão. *Tur y Des Revista de investigación em turismo y desarrollo local*. Vol. 2, nº 6, nov/dez., 2009.

BARBOSA, Andréa e CUNHA, Edgar Teodoro da. *Antropologia e Imagem*, Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BARRETTO FILHO, Henyo Trindade. Da nação ao planeta através da natureza: uma abordagem antropológica das unidades de conservação de proteção integral na Amazônia brasileira. Tese (Doutorado em Antropologia Social), FFLCH/USP, São Paulo, 2001.

_____. Áreas Naturais, Artefatos Culturais: uma perspectiva antropológica sobre as unidades de conservação de proteção integral na Amazônia Brasileira. In: ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de et al (orgs.). Mobilizações étnicas e transformações sociais no Rio Negro. Manaus: UEA Edições, 2010.

_____. Notas para uma história social das áreas de proteção integral no Brasil. In: RICARDO, Fany (org.) Terras Indígenas & Unidades de Conservação da natureza: o desafio das sobreposições. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2004.

BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003.

BARRETTO, Margarita. Os estudos antropológicos sobre o turismo no Brasil: uma história recente. In: GRABURN, N., BARRETTO, M., STEIL, C. A. GRUNEWALD, R. A., SANTOS, R. F. (orgs). Turismo e antropologia: novas abordagens. São Paulo, Papyrus, 2009.

BARTHES, Roland. O óbvio e o obtuso. Trad. Isabel Pascoal. Lisboa: Edições 70, 1990.

BASTOS, Cecília. Um olhar antropológico sobre autenticidade e deslocamento nos estudos do turismo Cecília Bastos. In: Anais do 44º Encontro Anual da ANPOCS, GT 07 - Ciências Sociais, turismo e territórios: desafios, limites e possibilidades, 01 a 11 de dezembro de 2020, online. Disponível em <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/44-encontro-anual-da-anpocs/gt-32/gt07-17>>. Acesso em 20 de março de 2022.

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual / Zygmunt Bauman; tradução Plínio Dentzien. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BEAUD, Stéfane e WEBER, Florence. Guia para o trabalho de campo: produzir e analisar dados etnográficos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

BECK, Ceres Grehs. **Muros invisíveis**: a commodificação da natureza e os luxos veres na publicidade imobiliária. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Ciências Humanas, 2018.

____ e CUNHA, Luis Henrique Hermínio Cunha. As múltiplas faces da commodificação e a constituição da crítica acerca das práticas de consumo contemporâneas. Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, Vol. 53, N. 1, jan/abr 2017.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. Porto Alegre, RS: Zouk, 2014.

____. Pequena história da fotografia. Obras Escolhidas, Vol I – Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BERARDI, Franco. Asfixia: capitalismo financeiro e a insurreição da linguagem. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

BERGER, John. Para entender uma fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

BESSE, Jean-Marc. O gosto pelo mundo: exercícios de paisagem. Rio de Janeiro: EduUERJ, 2014.

BIGNAMI, Rosana. A imagem do Brasil no Turismo: construção, desafios e vantagem competitiva. São Paulo: Aleph, 2002.

BORRI, Francesca. Que paraíso é esse? Entre os jihadistas das Maldivas. Belo Horizonte: Editora Âyiné, 2020.

BOURDIEU, Pierre. A identidade e a representação. Elementos para uma reflexão crítica sobre a ideia de região. In: BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

_____. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BRASIL. Decreto nº 86.060, em 02 de junho de 1981. Cria, no Estado do Maranhão, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, com os limites que especifica e dá outras providências. Brasília, DF, 1981. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/19801987/decreto-86060-2-junho-1981-435499-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 06 out de 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. Ecoturismo: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. Programa de Turismo nos Parques. Embratur/ Ministério do Turismo/ Ministério do Meio Ambiente, Brasília, 2008.

_____. Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza. Lei 9985, de 18 de julho de 2000, 2000.

BRAUDEL, Fernand. História e Ciências Sociais: A longa duração. In: NOVAES, F. A.; FORASTIERI DA SILVA, R. Nova História em perspectiva, Volume 1: Propostas e desdobramentos. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

_____. O Mediterrâneo e o Mundo Mediterrâneo na Época de Filipe II. Volume 1. São Paulo: EDUSP, 2016.

BRIZUELA, Natalia. Fotografia e império: paisagens para um Brasil moderno. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

BRUHNS, Heloisa O ecoturismo e o mito da natureza intocada *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, vol. 32, núm. 2, 2010.

BUCCI, Eugênio. *A Superindústria do Imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BURAWOY, Michel. “Por uma sociologia pública”. In: BRAGA Ruy e BURAWOY, Michael (orgs.). *Por uma sociologia pública*. São Paulo, Alameda Editorial, 2008.

BURKE, Edmund. *Uma investigação filosófica sobre a origem de nossas ideias de sublime e do belo*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2013.

_____. *Testemunha ocular. O uso de imagens como evidência histórica*. São Paulo: Editora Unesp, 2017.

CAMPOS, Dênis Victor Lemos. *A morraria anda demais: modalidades de interação entre humanos e ambiente no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses*. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Ciências Sociais, São Luís/MA, 2018.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *O Trabalho do Antropólogo*. Brasília/ São Paulo: Paralelo Quinze/Editora da Unesp, 1998.

CARDOSO, Thiago Mota. *Paisagens em transe: ecologia da vida e cosmopolítica Pataxó no Monte Pascoal*. Brasília: IEB Mil Folhas, 2018.

CARDOSO, Claudia Fabiana. *A Sul, o Deserto: travessias identitárias na literatura angolana*. In: CARREIRA et al (orgs.). *Memória, Identidade e cultura: ensaios*. Belford Roxo: UNIABEU, 2016.

CARDOZO, Poliana Fabíula. *Considerações preliminares sobre produto turístico étnico PASOS*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 4 Nº 2, 2006.

CARMO, Eduardo Spring et al. *Yolocaust: usos e manipulações da fotografia e memória*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba – PR, 2017.

CARVALHO, José Murilo de. O motivo edênico no imaginário social brasileiro. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 13, n. 38, outubro, 1988.

CARVALHO, Gerson. A magia dos Lençóis Maranhenses: uma contribuição para o turismo sustentável. (Monografia). Especialização para Professores e Pesquisadores em Turismo e Hospitalidade. Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2004.

CASTRO, Claudio Eduardo de. A política nacional de proteção da natureza e seus desdobramentos no território do parque nacional dos lençóis maranhenses. 2012. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2012.

_____. Comunidades tradicionais do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: diferenciações na (re)produção do lugar *Ciência Geográfica - Bauru - XXV - Vol. XXV - (4): Janeiro/Dezembro, 2021.*

CAUQUELIN, Anne. A invenção da paisagem. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

CHAIMOVICH, F. S. Os parques nacionais como paisagem pitoresca efêmera. In: XXXVII Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte, 2018, Salvador. Anais do XXXVII Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte. Campinas: Comitê Brasileiro de História da Arte, 2017.

CHAUÍ, Marilena. Brasil. Mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

COELHO, Carla Naoum. Não-lugares: um leitura crítica sob a ótica do turismo. Construções teóricas no campo do Turismo. Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo no Mercosul, 2004.

CONCEIÇÃO, Renan Augusto Moraes e LONDERO, Rodolfo Rorato. Turismo e imagens: a influência do Orientalismo na construção de estereótipos. *discursos fotográficos, Londrina*, v.14, n.24, jan./jun. 2018.

COMO o Instagram está remodelando o turismo. Forbes, 2018. Disponível em: <<https://www.forbes.com.br/negocios/2018/02/como-o-instagram-esta-remodelando-o-turismo/>>. Acesso em: 09 de fev. 2022.

CORBARI, S. D. Turismo E Capitaloceno: uma primeira aproximação. Revista Latino-Americana De Turismologia, 7(Single), 2021.

CORBIN, Alain. O território do vazio: a praia e o imaginário social. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

COSTA, Helena Araújo. Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos: cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses. (Tese). Doutorado em Desenvolvimento Sustentável. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2009.

COSTA, Benedita de Cássia Ferreira. Briga com poderosos: resistência camponesa face à expropriação por grandes projetos em Santo Antônio dos Lopes, MA. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Maranhão, 2015.

_____. Tempo de espera: memória dividida e resistência camponesa. São Luís: EDUFMA, 2018.

COSTA, Carlos Rerisson Rocha da. O litoral do Maranhão, entre segredos e descobertas: a fronteira de expansão do turismo litorâneo na periferia do Brasil. (Tese). Doutorado em Geografia Humana. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

COSTA, Thiago. Percepções da Natureza: o Pitoresco. In: DE JESUS, S. (Org). Anais do VIII Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual: arquivos, memórias, afetos. Goiânia, GO: UFG/ Núcleo Editorial FAV, 2015.

COSTA, Zeliane de Jesus Silva e TERRA, Ademir. Conflitos socioambientais entre as territorialidades a atividade turística nas comunidades Buriti Amarelo, Braço e Tucuns

localizadas no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (PNLM). In: XVIII Encontro Nacional de Geógrafos, São Luís, MA, 24 a 30 de julho de 2016.

COUSIN Saskia e APCHAIN, Thomas. Turismo e Antropologia: um tango da alteridade. In: Ramiro, Patrícia A. (org). Antropologia e turismo: coletânea franco-brasileira, João Pessoa: Editora UFPB, 2019.

CRARY, Jonathan. Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Introdução à geografia do turismo. São Paulo: Roca, 2003.

CUNHA, Manuela Carneiro da. ALMEIDA, Mauro W. B. Populações tradicionais e conservação ambiental. In: CAPOBIANCO, João Paulo Ribeiro [et al]. Biodiversidade na Amazônia brasileira: avaliação e ações prioritárias para a conservação, uso sustentável e repartição de benefícios. São Paulo: Estação Liberdade: Instituto Socioambiental, 2001.

CUTRIM, Ricardo Rodrigues. Vargens, vaqueiros e morrarias: a criação de animais no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Ciências Sociais, São Luís/MA, 2019.

D'ÁNTONA, Álvaro de Oliveira. O verão, o inverno e o inverso: sobre o modo de vida de comunidades residentes na região do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. 1997. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, São Paulo, 1997.

_____. Tempos e lugares nos Lençóis Maranhenses: considerações sobre o modo de vida de comunidades residentes junto a um Parque Nacional. In: DIEGUES, Antonio Carlos. (Org.). A imagem das águas. São Paulo: Editora HUCITEC, NUPAUB/USP, 2000.

DARNTON, Robert. O grande massacre de gatos e outros episódios da história cultural francesa. São Paulo: Paz e Terra, 2015

DAVIS, Mike, 1946- A peste do capitalismo [recurso eletrônico] : coronavírus e a luta de classes / Mike Davis ; tradução Artur Renzo, Murillo van der Laan. - 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2020.

DEBORD, Guy. Sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DESCOLA, Philippe. O avesso do visível: ontologia e iconologia. In.: Arte & Ensaio – Revista do Programa de Pós – Graduação em Artes Visuais EBA UFRJ, 2016

DIAS, Roseane Gomes. Tempo de muito chapéu e pouca cabeça, de muito pasto e pouco rastro: ação estatal e suas implicações para comunidades tradicionais no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. 2017. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais/CCH, Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do Maranhão, São Luís/MA, 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. A imagem sobrevivente: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DIEGUES, Antônio Carlos. As áreas naturais protegidas, o turismo e as populações tradicionais. In: SERRANO, Célia M. Toledo; BRUHNS, Heloísa T. (Orgs). Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. São Paulo: Papirus Editora, 1997.

_____. O mito moderno da natureza intocada. 3. ed. São Paulo: NUPAUB/USP; Ed. HUCITEC, 2008.

DIENER, Pablo. A viagem pitoresca como categoria estética e a prática de viajantes. Revista Porto Arte: Porto Alegre, V. 15, Nº 25, novembro, 2008.

ELÍADE, Mircea. O sagrado e o profano. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ICMBio. Plano de Uso Público do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Barreirinhas, 2022.

FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília, Nobel/UNB, 2001.

FERREIRA, Nadjânia Pinto. Análise da percepção ambiental e da qualidade da experiência do visitante. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Turismo, 2013.

FIORI, Ana Letícia de. Sem chegar perto e de dentro de casa: notas sobre antropologias, etnografias e seus fazeres em tempos de isolamento social. *Áltera*, João Pessoa, v. 1, n. 10, jan./jun. 2020.

FLUSSER, Vilém. Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1998.

FONTENELE Cláudio Henrique Silva e MATOS, Fábio de Oliveira. Turismo e fotografia: elementos para o conhecimento da paisagem de Camocim-ce. *Caminhos de Geografia Uberlândia* v. 16, n. 53 Mar/2015.

FOUCAULT, Michel. Em defesa da sociedade: curso no College de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FRANCO JUNIOR, Hilário. A Idade Média, nascimento do ocidente. São Paulo: Brasiliense, 2005.

FRANCO et al. História da conservação da natureza e das áreas protegidas: panorama geral. *Historiae*, Rio Grande, 6 (2), 2015.

GALARD, Jean. Beleza exorbitante: reflexões sobre o abuso estético. São Paulo: Editora Fap-Unifesp, 2012.

GASTAL, Susana. Imagem, Paisagem e Turismo: a construção do olhar romântico. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 11, núm. 3, julho, 2013.

GEERTZ, Clifford. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 2008.

GERUR. Análise Técnica do PLS nº 456/2018 elaborada pelo GERUR – Grupo de Estudos Rurais e Urbanos da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, 2019.

GERUR. Plantar, Criar, Pescar: comunidades tradicionais e modalidades de interação com a natureza no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. PAULA ANDRADE, Maristela e SOUZA FILHO, Benedito. (orgs), Grupo de Estudos Rurais e Urbanos – GERUR, Universidade Federal do Maranhão: São Luís, 2017. (Relatório de Pesquisa, 2 vol).

GRABURN, N. Antropologia ou antropologias do turismo? In: GRABURN, N., BARRETTO, M., STEIL, C. A. GRUNEWALD, R. A., SANTOS, R. F. (orgs). Turismo e antropologia: novas abordagens. São Paulo, Papirus, 2009.

GRAÇA, Irlene Menezes. Barreirinhas nos fluxos do projeto de turismo no Parque Nacional dos Lençóis: para onde apontam as mudanças na construção de identidades culturais? In: III JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS, São Luís – MA, 28 a 30 de agosto 2007.

_____. Barreirinhas em tempo de mudança: reconstrução de identidades nas rotas do turismo. 2010. Tese (Doutorado), Departamento de Línguas e Culturas, Universidade de Aveiro, Portugal, 2010.

_____. O Turismo no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: um espetáculo da natureza para o mundo. In: V Jornada Internacional de Políticas Públicas, São Luís/MA. Anais... São Luís: 2011.

GURGEL, H. C. et al. Unidades de conservação e o falso dilema entre conservação e desenvolvimento. In: MEDEIROS, R. e ARAUJO, F. F. S. (org.). Dez anos do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza: lições do passado, realizações presentes e perspectivas para o futuro. Brasília, MMA, 2011.

HAN, Byung-Chul Han. Pandemia aprofundou esgotamento da sociedade causado pela autoexploração do sistema neoliberal. 2021. Disponível em <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/saude/69843/byung-chul-han-pandemia-aprofundou-esgotamento-da-sociedade-causado-pela-autoexploracao-do-sistema-neoliberal>. Acesso em 20 de junho de 2021.

HARAWAY, Donna. Quando as espécies se encontram. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

HARVEY, David. Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. Neoliberalismo como destruição criativa. INTERFACEHS – Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente - v.2, n.4, Tradução, ago 2007.

HARAZIM, Dorrit. O instante certo. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. Visão do Paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

ICMBIO. Manual do Condutor de Visitantes Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Barreirinhas, MA, 2020.

_____. Plano de Uso Público do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Barreirinhas, MA, 2022.

_____. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. Plano de Uso Público do Parque Nacional Dos Lençóis Maranhenses, Barreirinhas, MA, 2022.

INGOLD, Tim. Estar Vivo: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição. Trad. Fábio Creder. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

_____. Linhas: uma breve história. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

_____. Pare, Olhe, Escute! Visão, Audição e Movimento Humano. *Ponto Urbe* [Online], n. 3, julho 2008.

ITAÚ CULTURAL. Verbete Pitoresco. In: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3641/pitoresco>>. Verbete da Enciclopédia. Acesso em: 22 de março de 2022.

JORGE SANTOS, Daniel Campos. Para além do Paraíso Natural: conflitos socioambientais e produção de castanha de caju no povoado Buritizal, Barreirinhas/ MA. Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura em Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão, 2016.

KMIA, Oliver. Instravel: uma experiência fotogênica de turismo de massa. Vimeo, janeiro de 2018. Disponível em: <https://vimeo.com/253334732?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=22612944>. Acesso em 09 de fev. 2022.

KRENAK, Ailton. O amanhã não está à venda. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

KÖRÖSSY, Nathália. Do “turismo predatório” ao “turismo sustentável”: uma revisão sobre a origem e a consolidação do discurso da sustentabilidade na atividade turística. Caderno Virtual de Turismo Vol. 8, N° 2, 2008.

KUNZ, Jaciel Gustavo e CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo e Paisagens Lacustres: uma análise estética de fotografias da Lagoa Mirim (Brasil/Uruguai). Turismo, Visão e Ação, v22, n3, Set./Dez, 2020 .

LABBUCCI, Adriano. Caminhar: uma revolução. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

LATOUR, Bruno. O que é iconoclash? Ou, há um mundo além das guerras de imagem? In: Horiz. antropol., vol.14, no.29, Jun, 2008.

LÉVI-STRAUSS, Claude. Tristes trópicos. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LITTLE, Paul E. Territórios sociais e povos tradicionais no Brasil: por uma antropologia da territorialidade. In: Série Antropologia, n° 322, Brasília, UnB: 2002.

LÖWY, Michael e SAYRE, Robert. Anticapitalismo romântico e natureza: o jardim encantado. Tradução de Rogério Bettoni. São Paulo: Editora da Unesp, 2021.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. A (re)significação da paisagem no período contemporâneo. In: CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (orgs.). Paisagem, imaginário e espaço. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.

LUIZ, Mariana Lombardi e LEITE, Raquel Lujan Hissa. A contribuição da antropologia na superação das dualidades. Rev. Sem Aspas, Araraquara, v.7, n.2, jul./dez., 2018.

MANOVICH, Lev. Instagram and the contemporary image - Subjects and Styles in Instagram Photography (Parte 1). Online, 2016. Disponível em <<http://manovich.net/index.php/projects/subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-1>>. Acesso em 20 de dezembro de 2022.

MAOUNI, Amalia. Jovens viajantes gregos e suas representações no Instagram: eles quebram o círculo de representação? (Dissertação). Mestrado em Lugar, Cultura e Turismo. Escola Erasmus de História, Cultura e Comunicação. Universidade Erasmus Rotterdam, Rotterdam, Holanda, 2020.

MARTIN, Evandro. Dunas. Curitiba, PR: Sync imagens, 2021.

MARTÍNEZ, Hector Llanos. O turismo com fotos falsas que exige horas de fila para fazer uma imagem fake num templo de Bali. El País, julho de 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/05/actualidad/1562331846_946560.html>. Acesso em 09 de fev. 2022.

MARTÍNEZ ALIER, Joan. O ecologismo dos pobres: conflitos ambientais e linguagens de valoração. São Paulo: Contexto, 2014.

MARX, Karl. O capital: crítica da economia política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. Vol. 1.

MBEMBE, A. O direito universal à respiração. N-1 edições, São Paulo, p. 1-10, 30 mar.

2020a. Disponível em: <<https://n-1edicoes.org/020>>. Acesso em: 19 abr. 2020.

MCCORMICK, J. Rumo ao paraíso: a história *do* movimento ambientalista. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1992. (versão digital)

MEDEIROS, Martha. “A morte devagar”. *Jornal Zero Hora*, 2000.

MEDEIROS, Rodrigo e ARAUJO, Fábio França Silva (org.). Dez anos do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza: lições do passado, realizações presentes e perspectivas para o futuro. Brasília, MMA, 2011.

_____. Evolução das tipologias e categorias de áreas protegidas no Brasil. *Ambiente & Sociedade*. Vol. IX, nº 1, jan./jun., 2006.

MEIRELES, Jr. (org.). *Olhares invisíveis*. São Luís: Halley S.A. Gráfica e Editora, 2022.

MELO, Bruno Almeida de. Turismo e Antropologia: uma aproximação possível. In: *Revista Turismo Em Análise*, 15(1), maio de 2004.

MENDES, Diana Patrícia. Entre o inverno e o verão: comunidades tradicionais, pesca artesanal e uso de recursos comuns no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. 2018. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais/CCH, Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do Maranhão, São Luís/MA, 2018.

MESQUITA, Giorgia. O pitoresco. Dissertação. (Mestrado em Artes Visuais). Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes– CEART, Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, 2007.

MILLER, Daniel. Como conduzir uma etnografia durante o isolamento social. *YouTube*, 03 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=NSiTrYB-0so>>. Acesso em: 23 de novembro de 2021.

MOLINARI, Davi. Atins é a meca dos kitesurfistas. Diário de Uberlândia. Folha Press. Disponível em < <https://diariodeuberlandia.com.br/noticia/19121/atins-e-a-meca-dos-kitesurfistas>>. Acesso em 21 de mai. 2020.

NASCIMENTO, Alan Faber do. Lugares Turísticos *Instagramáveis*: autenticidade via imagem na era da sociedade midiática. In: *Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET*, Juiz de Fora (Brasil), e-ISSN 2238-2925, v.10, n. único, pp.1 – 7, Jan./ Dez., 2020.

NUNES et al. A influência da obra de Alexander von Humboldt na geografia escolar do Ensino Médio. *Research, Society and Development*, v. 10, n. 7, 2021.

OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre. *La rigueur du qualitatif. Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-La-Neuve, Academia-Bruylant, 2008.

OLIVEIRA, T. L et al. Para que serve a antropologia (em tempos de Covid-19)? *Cadernos De Campo (São Paulo - 1991)*, 29 (supl.), 2020.

PACH, Rachel. Guia Rússia para turismo do colapso, ou: o espetáculo das ruínas construtivistas na Moscou especulada. São Paulo: Editora Elefante, 2018.

PEDRAS, Lúcia Ricotta Vilela Pinto Brando. *A totalidade encantada: natureza, ciência e arte em Alexander von Humboldt*. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura do Departamento de História, PUC, Rio de Janeiro, 2004.

PEIRANO, Mariza. *O dito e o feito: ensaios de antropologia dos rituais*. PEIRANO, Mariza (org.). Rio de Janeiro: Relume Dumará: 2002.

PEREIRA CESAR, Christopher. Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal: um estudo evolutivo e das competências da instituição. Monografia (Graduação em Engenharia Florestal). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2010.

PEREIRA, Mônica Sousa. *Namoro no Palmeiral: Produção artesanal, sistemas de conhecimento e manejo das palmeiras de buriti no Parque Nacional dos Lençóis*

Maranhenses. Monografia (Graduação) - Universidade Federal do Maranhão, Curso de Ciências Sociais, 2018.

PINTO, Roque. Um silêncio ensurdecedor: o turismo como um objeto ausente na Antropologia brasileira. *Adra – Revista dos socios e socias do Museo do Pobo Galego*, [s.l.], v. 5, 2010.

_____. Luzes e Sombras: notas para um balanço crítico da antropologia do turismo. In: *Ilha*, Florianópolis, v. 23, n. 3, 2021.

POLANYI, Karl. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PRUDHAM, Scott. Commodification. In: N. CASTREE et al. (orgs.), *A companion to environmental geography*. Oxford, Wiley-Blackwell, 2009.

RAIMUNDO, Sidnei. Visões da Natureza como instrumento de criação de Áreas Protegidas. In: Diamantino Alves Correa Pereira. (Org.). *Mudança Social e Participação Política: estudos e ações transdisciplinares em três dimensões*. 4ed. São Paulo: Annablume, v. 1, 2018.

RAMIRO, Patrícia A. Olhares antropológicos sobre o turismo: discussões preliminares. In: RAMIRO, Patrícia A et al. (org). *Antropologia e turismo: coletânea franco-brasileira*, João Pessoa: Editora UFPB, 2019.

RAMOS, Graciliano. *Alexandre e outras histórias*. Rio de Janeiro: Record, 2005

RAMOS, Carmem Barroso. *A ação do turismo nos Lençóis Maranhenses: a comunidade São Domingos entre a tradição e a modernidade*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Maranhão, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional, São Luís/MA, 2012.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível. Estética e política*. São Paulo: Editora 34, 2009.

- _____. O espectador emancipado. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- RIBEIRO-NOVAES, Éville Karina (org.). Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses em 10 anos do IFMA – Campus Barreirinhas. Curitiba: Editora CRV, 2021.
- RYLANDS, Anthony B. e BRANDON, Katrina. Unidades de conservação brasileiras. Megadiversidade. Volume 1, nº 1, julho, 2015.
- ROCHA, Leonardo G. M. da et al. Parques Nacionais brasileiros: problemas fundiários e alternativas para a sua resolução. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 18, n. 36, jun. 2010.
- ROCHA, Marceles Oliveira. Dilemas da proteção ambiental: modalidades de intervenção oficial e suas implicações para comunidades tradicionais no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Ciências Sociais, São Luís/MA, 2018.
- ROCHA, Michelle Santos. Os impactos do turismo no município de Santo Amaro-MA antes e depois da construção da rodovia MA 320: uma análise sob a percepção dos atores sociais. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Maranhão, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional, São Luís/MA, 2022.
- RODRIGUES, Linda Maria. “O segredo do Brasil”: os sentidos do lugar turístico no discurso da propaganda oficial sobre os Lençóis Maranhenses. Tese (Doutorado). – Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Curso em Linguística e Língua Portuguesa, Araraquara/ SP, 2011.
- _____. Os sentidos do lugar turístico no discurso da propaganda oficial sobre os Lençóis Maranhenses. São Luís: EDUFMA, 2013.
- ROMEIRO, Ana Luiza Sousa. “São pedras de sururu”: a participação de crianças e jovens nas formas cotidianas de resistência no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Ciências Sociais, São Luís/MA, 2019.

SALAZAR, Manuela de Mattos. O instagramável: estética e cotidiano na cultura visual do Instagram. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba – PR, 2017.

SALGUEIRO, Valéria. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 22, nº 44, 2002.

SAMAIN, Etienne. “Ver” e “dizer” na tradição etnográfica: Bronislaw Malinowski e a fotografia. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 1, n. 2, p. 23-60, jul./set., 1995.

_____. As imagens não são bolas de sinuca: como pensam as imagens. SAMAIN, Etienne. Como pensam as imagens. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.

SANCHO, Altair. Ordenamento territorial e áreas protegidas: um olhar sobre o processo de criação do Parque Nacional da Serra do Cipó, MG. Revista de Geografia e Ordenamento do Território (GOT), n.º 12 (dezembro). Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, p. 309-333, dezembro, 2017.

SANTANA, Caio. Pandemia afeta turismo em diferentes níveis no Brasil e no mundo. Jornal da USP, São Paulo, 28 de ago. de 2020. Disponível em <<https://jornal.usp.br/atualidades/pandemia-afeta-turismo-em-diferentes-niveis-no-brasil-e-no-mundo/>>. Acesso em 10 de jan. 2022.

SANTANA, Paola Verri de. A Mercadoria Verde: a Natureza. In: DAMIANI, A. L.; CARLOS, A. F. A.; SEABRA, O. C. L. (Orgs.). O Espaço no fim de Século: a nova raridade. São Paulo: Contexto, 2001.

SANTOS FILHO, João dos. Thomas Cook: marco da historiografia dominante no turismo: Ensaio sociológico sobre o surgimento e preconceito ao fenômeno turístico na história. IN: Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul, 02, 2004, Caxias do Sul. Anais... UCS, 2004

SANTOS, Boaventura de Sousa. A cruel pedagogia do vírus [recurso eletrônico] / Boaventura de Sousa Santos. - 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2020.

SANTOS, Lícia Cristina Viana Silva. O tempo de cada um: turismo e estratégias familiares em uma comunidade de pescadores no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Maranhão, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/PPGSoc, São Luís, 2021.

_____. A participação das mulheres na pesca artesanal no Parque Nacional Dos Lençóis Maranhenses: o caso da mariscagem em Atins. Monografia (Graduação) - Universidade Federal do Maranhão, Curso de Ciências Sociais, 2018.

SANTOS, Maria do Carmo Lorena. Turismo em Cabo Verde: um estudo exploratório. Dissertação (Mestrado Social e Cultural). Universidade de Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 2009.

SANTOS, Maria do Carmo Lorena. Imagens de um destino turístico: o caso de Cabo Verde. Fórum Sociológico, n. 18, 2008.

SANTOS, Igor de Luccas. Inundações na região dos Lençóis Maranhenses: ocorrência e impacto no bairro Alto Formoso, Santo Amaro do Maranhão. (Dissertação). Mestrado em Geografia, Universidade Federal do Maranhão, 2021.

SANTOS, Vanessa Chaves dos. Marketing turístico digital: uma análise sobre o uso do Instagram na promoção do polo turístico Lençóis Maranhenses. (Monografia). Graduação em Turismo. Universidade de Brasília, Brasília-DF, 2021.

SCHAMA, Simon. Paisagem e memória. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SCHWARCZ, Lilia. O sol do Brasil: Nicolas-Antoine Taunay e as desventuras dos artistas franceses na corte de d. João. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

_____. A natureza como paisagem: imagem e representação no Segundo Reinado. In: REVISTA USP, São Paulo, n.58, p. 6-29, junho/agosto 2003

SERRANO, Célia Maria de Toledo. Uma introdução à discussão sobre turismo, cultura e ambiente. In: SERRANO, Célia M. Toledo; BRUHNS, Heloísa T. (Orgs). Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. São Paulo: Papirus Editora, 1997.

____ e BRUHNS, Heloisa Turini. (orgs.) Viagens à natureza: Turismo, cultura e ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SILVA, D.L.B. Turismo em unidades de conservação: contribuições para a prática de uma atividade turística sustentável no parque nacional dos lençóis maranhenses. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

SILVA, Sued Ferreira da et al. Poéticas da Paisagem: do Sublime ao Pitoresco no Movimento Land Art. Revista Estética e Semiótica, Brasília, Volume 6, Número 1, Jan/Jun, 2016.

SILVA, Maristhela Rodrigues da. Morrer nas morrarias: autonomia, dignidade e formas de solidariedade nas situações de morte no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Tese (doutorado). Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais. Universidade Federal do Maranhão. São Luís, 2021.

SILVEIRA, Roberison Wittgenstein Dias da. As influências da filosofia kantiana e do movimento romântico na Gênese da Geografia Moderna: os conceitos de espaço, natureza e morfologia em Alexander von Humboldt. (Dissertação de Mestrado). Mestrado em Geografia, Instituto de Geociências, Unicamp, Campinas, 2008.

SILVEIRA, Luisa Pinheiro da. O povo da morraria: a vida em três comunidades tradicionais dos Lençóis Maranhenses (Mocambo, Queimada e Mairzinho). Reportagem e Relatório (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Curso de Jornalismo, Florianópolis/SC, 2013.

SIMONETTI, S. R. e NASCIMENTO, E. P. Uso público em unidades de conservação: fragilidades e oportunidades para o turismo na utilização dos serviços ecossistêmicos. Somanlu, 12, n.1, jan-jun, 2012.

SONTAG, Susan. Sobre fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA FILHO, Benedito. Comunidades tradicionais e formas de interação com a natureza: a relação entre humanos e não humanos no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. In: SHIRAIISHI NETO, Joaquim et al (orgs.). Problema ambiental: naturezas e sujeitos em conflitos. São Luís: EDUFMA, 2019.

SOUZA, Juliana da Costa Gomes de e FRANCO, José Luiz de Andrade. Frederick Law Olmsted: a arquitetura de paisagens e os parques nacionais norte-americanos. Topoi (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 21, n. 45, set./dez. 2020.

SÜSSEKIND, Felipe. Natureza e Cultura: Sentidos da diversidade. In: Interseções [Rio de Janeiro] v. 20 n. 1, p. 236-254, jun. 2018.

TAVARES, Ellen. Ao pautar a criação de imagens, o Instagram pauta a própria vida. Ascom UFPE, julho de 2018. Disponível em: <https://www.ufpe.br/agencia/pesquisas-bkp/-/asset_publisher/rIL2cLuRIxA4/content/ao-pautar-a-criacao-de-imagens-o-instagram-pauta-a-propria-vida/40623>. Acesso em 09 de fev. 2022.

THOMAS, Keith. O homem e o mundo natural: mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais (1500-1800). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

TRENTIN, Fábila e FRATUCCI, Aguinaldo César. Política Nacional de Turismo no Brasil: da municipalização à regionalização. Book of proceedings vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve, Portugal, 2011.

TSING, Ana Lowenhaupt. Viver nas ruínas: paisagens multiespécies no antropoceno. Brasília: IEB Mil Folhas, 2019.

TUAN, Yu-fu. Topofilia. Um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

TURNER, Victor. O Processo Ritual: estrutura e anti-estrutura. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

URRY, John e CRASHAW, C. Tourism and the photographic eye. In ROJEK, C.; URRY, J. (Orgs.) Touring cultures. Transformation of travel and theory. Routledge, 2000.

_____. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

VASQUEZ, Pedro Afonso. Fotografia escrita: nove ensaios sobre a produção fotográfica no Brasil. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

VERNE. Quem é o próximo para tirar foto? Uma viagem pelos cenários do turismo de imagens falsas. El País, julho de 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/19/elviajero/1563553558_338187.html>. Acesso em 09 de fev. 2022.

VITOR, Fernanda Cavalcanti e MARTINS, André Ferrer Pinto. Ilustrações Científicas e a Classificação do Mundo Natural no Século XVIII: Considerações para o Ensino de Ciências. In: Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências, 21, 2021.

VITTE, Antônio Carlos e SPRINGER, Kalina Salaib. O conceito romântico de humanidade e sua influência nas críticas de Alexander von Humboldt à colonização espanhola na América. GeoTextos, vol. 13, n. 1, julho, 2017.

WILLIAMS, Val. Quando a fotografia é genial. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

WULF, Andrea. A invenção da natureza: a vida e as descobertas de Alexander von Humboldt. São Paulo: Planeta do Brasil, 2016.

ZORZAL, Bruno. Imagens de Imagens e a Fotografia Digital: Penelope Umbrico. *Revista Farol*, 13(18), 2017.