GT – 9: Geografia histórica urbana

TURISMO, CARTOGRAFIA E IMAGEM

OS SIGNIFICADOS DOS MAPAS E A CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS SOBRE OS ESPAÇOS TURÍSTICOS DO RIO DE JANEIRO

Autor(01): Lohanne Fernanda Gonçalves Ferreira
Filiação institucional: UFRJ
E-mail: lohannefernanda@gmail.com

RESUMO: A proposta deste artigo é compreender como as narrativas sobre os espaços turísticos da cidade do Rio de Janeiro foram construídas e refletiram nos mapas turísticos e seus significados. Reflete sobre as imagens da cidade a partir de suas representações cartográficas a partir de 1923, quando é confeccionado o primeiro mapa especificamente turístico da cidade. Procura-se identificar a partir de uma análise semiológica, os elementos que ajudaram a constituir determinados imaginários da cidade. Imaginários estes que atualmente ocupam uma trama maior de representações e produtos espaciais e culturais que estabelecem o Rio de Janeiro como principal destino turístico do Brasil.

Palavras-chave: Rio de Janeiro. Turismo. Mapas.

1. INTRODUÇÃO

As cidades são apresentadas e orientadas para turistas através de diversos recursos, como aplicativos, guias turísticos, e blogs de viagem, com os mapas turísticos sendo um dos mais destacados. Esses mapas destacam os principais atrativos das cidades, utilizando ícones que os tornam facilmente identificáveis, o que confere a determinados locais maior visibilidade. A exposição de certos lugares nos mapas influencia o que é visto e a atenção que se dá a esses espaços.

No artigo, a cartografia turística é entendida como uma imagem social e cultural, influenciada pelas construções sociais e mudanças culturais. A visibilidade dos lugares nos mapas é analisada à luz das narrativas que se desenvolvem sobre esses espaços. Esses mapas, assim, conduzem os turistas ao que deve ser visto em uma cidade, moldando a percepção que se tem dos locais visitados.

Os mapas são instrumentos que expressam visões sobre os espaços e interferem em nossas ideias espaciais (HARLEY; WOODWARD, 1987). No turismo, esses mapas não são apenas levantamentos neutros, mas representações carregadas de valores e juízos, influenciando a construção de imaginários sobre as cidades. A produção desses mapas para o turismo, especialmente no caso do Rio de Janeiro, envolve a criação de narrativas que refletem e moldam a geografia, a história e a ocupação turística da cidade, mostrando como essas representações podem ser manipuladas para direcionar a lógica espacial dos lugares.

2. IMAGENS, IMAGINÁRIOS E A CONSTRUÇÃO DE CLICHÊS

As imagens fazem parte do nosso cotidiano. Justamente por estarem presentes em quase todos os campos da nossa vida social, a imagem se tornou uma temática cujas ramificações de estudo no mundo acadêmico são imensamente variadas (GOMES, 2013). Segundo Gomes (2008, p. 191) “na tradição em que nos inserimos, imagens são produtos quase exclusivamente visuais, pelo menos esse sentido tem preeminência absoluta sobre qualquer outro dentro da cultura ocidental”. No presente trabalho trataremos delas assim. É preciso compreender, portanto, a complexidade de se trabalhar com imagens.

É através da representação que a possibilidade de estudar as imagens surge como um caminho interessante. Nossa noção de representação segue a linha interpretativa de Hall, e funciona como um ato criativo, "(…) que se refere ao que as pessoas pensam sobre o mundo, sobre o que 'são' neste mundo e que mundo é esse, sobre a qual as pessoas estão se referindo, transformando essas 'representações' em objeto de análise crítica e científica do 'real'". (HALL, 2016 [2013], p. 11). Gomes (2017) vai além e afirma que a partir de um bom uso de imagens, mais do que uma representação, elas podem ser concebidas como uma apresentação de coisas e de fenômenos que são evocados por aqueles que produzem a imagem – os produtores – e se oferecem ao julgamento e a análise daqueles que a examinam – os espectadores. Para Berdoulay (2012), o papel ocupado pelas imagens no processo de construção cultural é central. São elas que midiatizam de maneira sensível a relação do sujeito com o espaço. Em diferentes níveis, podemos afirmar que as imagens têm uma materialidade que lhes permite exercer o papel de veículo de símbolos que possuem uma capacidade narrativa quando levamos em consideração sua dimensão temporal.

As imagens, sejam elas quais forem em sua ordem técnica, oferecem ao espectador determinadas visões de mundo, ou seja, elas dão diversos sentidos ao mundo a partir de seus termos visuais. Assim, podemos partir da hipótese de que as imagens também ajudam a criar imaginários de lugares, culturas, etc., que circulam o mundo. Assim como Gomes (2017, p. 141), compreendemos o imaginário como

> Uma composição complexa de imagens de coisas. Quando essa composição diz respeito a objetos espaciais, estamos diante de um *imaginário espacial*. Não se trata de imagens-tipo ou de distorções voluntariamente produzidas para esconder algo ou manipular pessoas. *Um imaginário constitui um conjunto articulado de inúmeras cenas, de relações e fluxos, no qual a sucessão de imagens produz sentidos diversos e arranjos de significação intercambiáveis*. No imaginário espacial, a unidade fundamental é a dos sistemas de lugares. [Grifos nossos]

Essas imagens que formam um imaginário espacial nos permite mobilizar e conectar algumas delas, relacionando-as com outras e refletindo a partir desse conjunto. Há um grande potencial nas imagens, sejam elas visuais ou textuais, de produzirem novas imagens e, consequentemente, imaginários. Para o presente artigo, as imagens a serem analisadas serão os mapas do turismo. Para nós, os mapas são imagens que utilizam alguns recursos sobre um

suporte para transmitir um sentido a respeito de determinado lugar e, portanto, ajudam a construir um imaginário que é também espacial.

O imaginário pode ser considerado ainda como algo irreal e inexistente, fruto de uma fantasia ou num sentido ideológico. Em outra perspectiva, o imaginário surge como tudo que não pode ser racionalizado, sendo compreendido como fluxos emocionais (DURAND, 1979). Para nós, o imaginário espacial é uma coleção de imagens, permitindo que mobilizemos algumas e as conectemos para serem compreendidas como fonte de informação para pensar. De antemão, atentamos o leitor para as diversas possibilidades de análise do imaginário. Os debates sobre a temática, que se intensificaram a partir da segunda metade do século XX, não serão aprofundados aqui, visto que este não é o objetivo central do artigo. Mas declaramos nossa escolha consciente sobre trabalhar com o imaginário a partir da ideia de álbum de imagens.

Todas essas reflexões acerca do imaginário enquanto um álbum de imagens construído e conectado com elementos espaciais e reafirmando o percurso realizado até aqui sobre as imagens e seu papel fundamental na construção desse imaginário, nos inspiram a elaboração de um enfoque metodológico ancorado na abordagem histórico-semiológica. Assim, o mapa é considerado em nosso trabalho como um produto cultural, resultado de um trabalho social de produção de significados e fundamentalmente imagético.

Como aponta Mauad (2005), desde o final do século XIX e, principalmente, a partir do começo do século XX, a percepção visual do mundo estava marcada pela utilização de dispositivos técnicos para a produção de imagens. A demanda social por essas técnicas foi crescente ao longo do século XX, principalmente a partir da Primeira Guerra Mundial. Para a autora, essa demanda foi tão amplificada nessa época, que podemos contar a História a partir das imagens técnicas. Neste sentido, as imagens se aproximam de uma dimensão de documento e monumento tal como concedida por Le Goff (1996).

Esse procedimento se desdobra em alguns debates teórico-metodológicos, dentre os quais podemos destacar: o papel desempenhado pela tecnologia na produção de sentidos na sociedade contemporânea; o papel do indivíduo enquanto ser social e mediador da produção cultural, compreendendo a relação de produtores e receptores de imagens como uma negociação

de sentidos; a capacidade narrativa das imagens visuais estabelecendo um debate temporal das imagens; e, por fim, o diálogo que pode ser estabelecido entre imagens e outros textos, evocando o princípio da intertextualidade. Segundo Mauad (2005), podemos considerar esses desdobramentos a partir de três perspectivas fundamentais de análise: a da produção, da recepção e do produto em si. No presente artigo, nos debruçamos sobre o produto em si, que são alguns dos mapas turísticos que circularam pela cidade do Rio de Janeiro desde a década de 1920 e forneceram imagens espaciais aos turistas, ajudando na concepção de um imaginário espacial sobre a cidade.

3. NARRATIVAS VISUAIS: OS MAPAS TURÍSTICOS EM PERSPECTIVA

O Rio de Janeiro é visto desde o começo do século XX como um espelho de todo o país, era a vitrine do Brasil para o mundo (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2013). As transformações urbanísticas às quais a cidade passava desde as reformas de Pereira Passos, entre 1903 e 1906, eram vistas enquanto um progresso fundamental para a construção social e cultural que dariam ao Rio de Janeiro o título de Cidade Maravilhosa ainda naquele século (MACHADO, 2008; ABREU, 1988) e à levariam a se tornar, cada vez mais, uma cidade turística. Muitos melhoramentos e equipamentos urbanos foram construídos e seriam incorporados aos roteiros da cidade.

Dentre eles, diversos investimentos foram feitos para a melhoria dos espaços públicos e de circulação, como a Avenida Central, atual Avenida Rio Branco, a Região Portuária, a Avenida Beira-Mar e o Canal do Mangue (ABREU, 1988), que também passariam a ser alguns dos espaços valorizados e frequentados pelos visitantes e turistas do Rio de Janeiro. No começo do século XX, era habitual que praças, avenidas e passeios públicos fossem atrativos para os turistas (MACHADO, 2008), principalmente no período em que as transformações do Centro da cidade aconteceram. Segundo Gomes (2012, p. 26)

> As cidades sempre se exprimem a partir de uma complexa rede de valorização de seus espaços públicos. Os grandes lugares de mistura e cenarização da vida urbana favorecem o encontro e a comunicação e produzem uma espécie de resumo da diversidade socioespacial da população. Nesses lugares privilegiados, organiza-se uma espécie de cena pública.

Esses espaços públicos se constituíam como lugares onde aconteciam diálogos e dinâmicas sociais, sendo interessante, portanto, para apropriação de quem os visitava. Era o

espaço em que coabitavam as diferenças, onde conquistavam seu caráter de visibilidade e, consequentemente, tornava-se um espaço de consumo para o turismo.

A natureza turística da cidade do Rio de Janeiro é compreendida como uma construção histórica e cultural, que teve sua organização sistemática a partir do começo do século XX. Para Castro (1999), o reconhecimento turístico de determinada localidade é uma construção que absorve diversos fatores,

> Isto é, envolve a criação de um sistema integrado de significados através dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada. Esse processo tem como resultado o estabelecimento de narrativas a respeito do interesse da "atração" a ser visitada. Essas narrativas associam **pontos** ou eventos turísticos antecipando o tipo de experiência que o turista deve ter (CASTRO, 1999, p. 81). [Grifos nossos]

O século XX foi palco da construção de diversas narrativas sobre o turismo na cidade, todas tendo como objetivo atrair mais turistas para o então Distrito Federal. Conseguimos identificar, ao longo do século XX, três momentos em que as narrativas construídas para o turismo na cidade se intensificaram. O primeiro deles começa no final do século XIX e se estende até 1920 aproximadamente, e é marcado pela narrativa de cidade moderna e cultural. O segundo momento começa a partir da valorização da praia e do processo de balnearização da cidade, a partir da década de 20, principalmente. O terceiro momento, a partir da década de 1980, pode ser identificado a partir da narrativa do exotismo. É importante destacar, no entanto, que nenhuma dessas narrativas identificadas necessariamente se sobrepõe às outras ou as faz desaparecer. Elas convivem simultaneamente apesar de, em alguns momentos, algumas se manifestarem de forma mais explícita a partir das representações nos mapas.

4. PARIS DOS TRÓPICOS: RIO DE JANEIRO, CAPITAL CULTURAL MODERNA

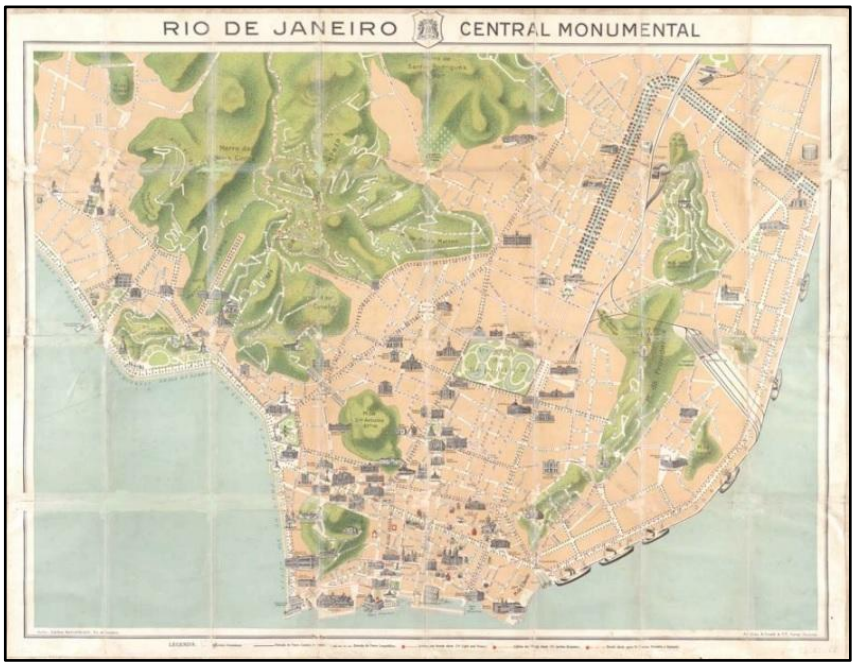
O Rio de Janeiro recebeu influências interatlânticas desde sua fundação e em alguns momentos esse processo foi estimulado e intensificado. Do outro lado do Atlântico, por volta de 1860, Paris era palco de profundas transformações em seu desenho urbano. O urbanista George-Eugène Haussmann foi o responsável pelo planejamento urbano e pela modernização da cidade de Paris, que passou a ser a principal referência de progresso e projeto urbano do mundo, servindo de modelo para muitas outras. Anos mais tarde, em 1885, o jornalista e crítico de arte do Rio de Janeiro, Félix Ferreira, comenta que Paris deveria servir de modelo para todas

as outras cidades do mundo. Em 1889, é construída a Torre Eiffel, que, carregada de simbolismo, dava a Paris o título de Cidade Luz. A representatividade da cidade de Paris como um modelo de planejamento urbano e como símbolo da modernidade, transformou suas paisagens em cartões-postais que circularam pelo mundo, difundindo sua magnitude (MACHADO, 2008).

Desde que o Rio de Janeiro passou a ser a nova capital da colônia portuguesa, ainda no século XVIII, muitas mudanças foram feitas na cidade para que ela se tornasse mais bonita e para que seu espaço urbano fosse mais organizado. Porém, segundo Machado (2008, p.43), "a ideia de estruturar, modernizar e embelezar a cidade do Rio de Janeiro, sem dúvida, tem seu período mais marcante a partir da segunda metade do século XIX." É com o advento da modernidade que surge a necessidade de transformar a cidade e inseri-la no cenário mundial como um lugar efetivamente moderno, digno da visita de turistas de outros países.

O Centro da cidade era o grande palco dessas mudanças e da tentativa de tornar o Rio de Janeiro a Paris dos trópicos. A construção de prédios e monumentos inspirados no estilo eclético da capital parisiense, o alargamento e asfaltamento de avenidas, a construção de parques e espaços de sociabilidade para a elite etc. estava concentrado fundamentalmente na Região Central. O Centro não era apenas o lugar por onde os visitantes atracavam, mas também onde se hospedavam e realizavam seus momentos de lazer. É possível afirmar que a maioria dos visitantes que chegavam na cidade nas primeiras décadas do século XX, carregavam consigo impressões, paisagens e experiências exclusivas do Centro da cidade (Figura 1).

Figura 1: Rio de Janeiro Central Monumental – 1914.



Fonte: Casco, 2009.

O mapa faz parte de um documento maior com o título “Guia prático organizado especialmente para estrangeiros” com autoria de Carlos Aenishänslin. Ainda influenciados pela referência urbana parisiense, as ruas são referenciadas como boulevard. Nas principais avenidas da cidade, podem ser observadas a necessidade de representar as árvores existentes nos dois lados de cada uma delas, demonstrando preocupação com o paisagismo, influência também das reformas urbanas de Haussmann em Paris no século anterior. Esse período de influências modernas na cidade do Rio de Janeiro ficou conhecido na historiografia da cidade como a Belle Époque carioca.

No mapa, o reflexo da metrópole em expansão. O Morro do Castelo, que anos mais tarde se tornaria debate central nas reformas urbanas (ABREU, 1988) ainda figurava na geografia da cidade, embora parte de sua estrutura já tivesse sido demolida para a construção da Avenida Central, atual Avenida Rio Branco. A região central da cidade é apresentada na parte inferior do mapa, conferindo-lhe visibilidade e relevância. O Centro da cidade é o lugar de destaque e os monumentos e prédios que representavam o desenvolvimento do Rio de Janeiro como capital monumental e moderna, são a grande relevância do mapa. O título reitera o destaque dado aos monumentos na representação. Além disso, cabe destacar os navios que estão ancorados no

porto, na região conhecida como Píer Mauá, porta de entrada de visitantes e portão comercial da capital federal.

Os ícones que são apresentados na cidade servem, para além da ilustração, representar um modo de vida urbano e os hábitos citadinos da capital. Os navios, os prédios monumentais, os parques e praças e os desenhos de paisagismo são referências diretas a essa qualidade moderna à qual o Rio de Janeiro tentava ser identificado. Além disso, o mapa não é apenas uma representação geográfica da cidade. Ele mostra, fundamentalmente, como os espaços podem ser usufruídos, quais merecem e devem ser visitados e, principalmente, escolhe o que deve ser visibilizado. Esse processo de visibilidade no mapa impõe seu inverso, a invisibilidade de determinados lugares. Essas escolhas nunca são ingênuas, elas fazem parte de um projeto pelo qual são elencados lugares a partir de seus valores. Esses valores, em sua maioria, são forjados e mudam no tempo e no espaço. E esse processo pode ser observado a partir dos mapas turísticos do Rio de Janeiro que, anos mais tarde, dariam visibilidade aos novos lugares da cidade.

Quase uma década depois, em 1923, foi criado o primeiro órgão específico voltado para a organização do turismo enquanto um negócio moderno na capital, a Sociedade Brasileira de Turismo. Além disso, surgiram os hotéis especificamente turísticos e agências de viagem que promoviam passeios pelos principais pontos da cidade (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2013). O discurso e a narrativa de cidade balneária, eram traduzidos como potenciais vetores do turismo da cidade, principalmente a partir do desenvolvimento dos transportes urbanos que ligavam o Centro à Zona Sul da cidade, ainda pouco desenvolvida no começo do século. Esse período marca o início da narrativa da cidade enquanto balneário moderno, abrigo dos três elementos fundamentais no processo de balnearização: o Hotel, o Cassino e as Casas de Banho.

5. VAMOS À PRAIA: RIO DE JANEIRO, CIDADE BALNEÁRIA

Na história contada sobre a relação do homem com o mar, não é possível identificar o momento exato do início do desejo de estar na praia. Proposto pela maioria dos autores em concordância, existem três momentos fundamentais que não podem ser obliterados nessa relação. No primeiro momento, a partir da segunda metade do século XVIII até a primeira metade do século XIX, a praia é fundamentalmente frequentada com finalidades terapêuticas. A partir da segunda metade do século XIX até meados do século XX, transforma-se em objeto

de lazer, sociabilidade e distinção social. E, a partir da segunda metade do século XX, converteu-se em lugar de consumo.

Um novo mundo de objetos e práticas começou a se desenvolver a partir das novas necessidades sociais do indivíduo. De trajes específicos para o banho de mar a carruagens para entrar na água, o balneário surgiu como um novo modelo particular de produção do espaço urbano. De maneira orquestrada, começava um novo momento da história das cidades e das interações sociais a partir do balneário. Essas práticas não tardaram a transformar a praia em um palco de sociabilidades e comportamentos específicos. Como bem definiu O'Donnell (2013, p. 92), "moldada pela codificação de costumes e pela elaboração de estratégias de distinção, relacionando 'cuidados individuais pessoais' a 'novos esquemas de apreciação', engendrando, assim, modelos inéditos de comportamento", a praia transformou-se num lugar *sui generis*.

No Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, esse processo se construiu de forma muito semelhante. Os balneários modernos que faziam sucesso na Europa já no século XIX, tardaram a serem incorporados na cidade. Barickman (2016) apresenta, a partir de sua análise das campanhas de moralização das praias na primeira metade do século XX, a dificuldade de introduzir os hábitos modernos no Rio de Janeiro que já configuravam as praias europeias décadas antes, bem como, a resistência das elites mais conservadoras em se abrirem para um estilo de vida praiano que tomaria conta da região atlântica da cidade no começo do século XX. Para compreender esse processo e suas incorporações e resistências, é preciso indicar alguns caminhos que abriram espaço para tal transformação.

A prática de frequentar a praia não somente para o banho de mar coincide também com o momento em que Copacabana estava se consagrando como a praia preferida da elite e da classe média carioca (BARICKMAN, 2009). Principalmente por estar afastado da região portuária e ser um novo lugar de grandes investimentos urbanos na época, o bairro chamou atenção da elite por estar no centro de novas disputas espaciais e simbólicas da cidade. O novo Rio de Janeiro era, então, o éden da salubridade e das práticas modernas de sociabilidades balneárias. Como aponta O'Donnell (2013, p. 96),

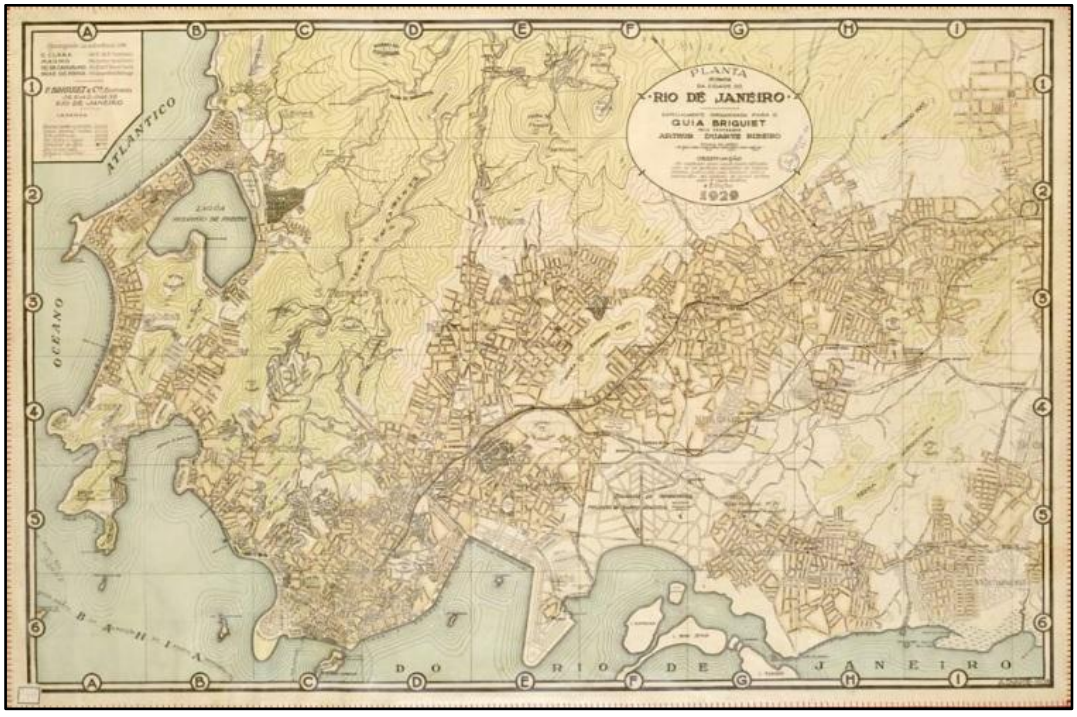
> Não por acaso Pereira Passos, à frente do projeto de remodelação e embelezamento que acometeu a cidade nos primeiros anos da década de 1900, não apenas expandiu o acesso àquele arrabalde (com a criação da Avenida

> Beira-Mar e a abertura do Túnel Novo), como inviabilizou as antigas praias de banho, incorporando-as às obras da linha do cais. O recado não poderia ser mais claro: a cidade civilizada crescia rumo ao sul, e as práticas condizentes deveriam acompanhar o novo mapa da elegância.

Uma vez consolidado o hábito dos banhos de mar nas águas atlânticas de Copacabana e Ipanema, a década de 1920 assistiu ao rápido crescimento da praia como um lugar de sociabilidades específicas e os banhistas passam a fazer parte da paisagem carioca. Como consequência disso, passam também a ocupar espaços nas crônicas de jornais e revistas da época, além de, aos poucos, ocuparem espaços nas representações dos mapas turísticos.

Na década de 1930 não se tinha mais dúvidas da incorporação das praias do litoral sul carioca aos novos estilos de vida urbanos da cidade. Quer fosse pelas charges, fotografias, artigos que circulavam nas revistas e jornais, ou mesmo pelas mudanças nos mapas turísticos da cidade (Figura 2), as novas formas de experimentação do espaço urbano estavam presentes também na cultura visual do Rio de Janeiro.

Figura 2: Planta informativa da cidade, 1928.



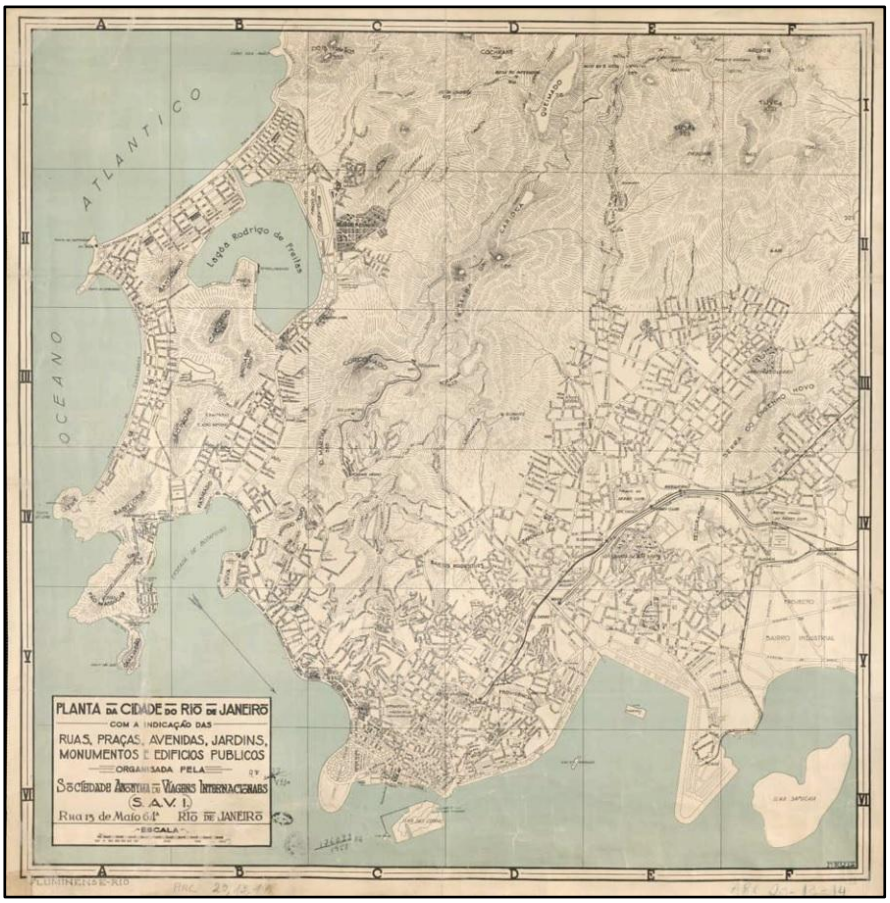
Fonte: Guia Briguiet (Fundação Biblioteca Nacional).

O mapa de 1928 é parte constituinte do Guia Briguiet, que não está completamente disponível na Biblioteca Nacional devido ao seu desaparecimento. O título completo do guia, "Guia Briguiet: indicador das ruas da cidade do Rio de Janeiro", indica que talvez o objetivo fim do mapa não tenha sido exatamente para a orientação de turistas e visitantes. No entanto, o guia também foi editado em francês, sob o título "*Guide Briguiet: ses evirons, ses promenades*", indicando seu possível uso para estrangeiros que estivessem visitando o país. Diferente do anterior, de 1914, apresenta a cidade para além da região central. No canto direito superior do mapa, os trilhos de ferro chegam até o bairro de Madureira, na Zona Norte; no extremo oposto, apresenta-se também os bairros Atlânticos de Copacabana, Ipanema e Leblon, já habitados. O tracejado da parte central inferior do mapa, representa o projeto para a região do bairro de Manguinhos, que estava sendo projetada para se tornar o bairro industrial da cidade.

A expansão da cidade para a Zona Sul já pode ser amplamente contemplada, seguindo a valorização desses espaços já na década de 1920. No período da publicação do referido mapa, os banhos de mar já estavam plenamente incorporados como hábitos dos moradores da cidade e, também, de seus visitantes. Esses novos hábitos passaram a ser naturalizados, ainda que diversos problemas que surgiriam nas décadas seguintes fossem constantemente pautas de debate e confusão, como os apontados por Barickman (2016) e perduraram até a década de 1950.

É importante destacar que a valorização do da Zona Sul carioca como lugar civilizado e espaço para novas sociabilidades modernas estava também alinhada aos preceitos europeus de civilidade e modernidade. Os novos usos das praias deixavam definitivamente para trás a parcimônia terapêutica, dando início a um longo período de debates sobre o novo estilo de vida e novas moralidades engendradas pela definitiva incorporação no litoral carioca e nas novas práticas sociais (BARICKMAN, 2009; 2014; 2016; O'DONNELL, 2011; 2013). Essa valorização é evidenciada nos mapas (Figura 3).

Figura 3: Mapa para viajantes internacionais da década de 1930.

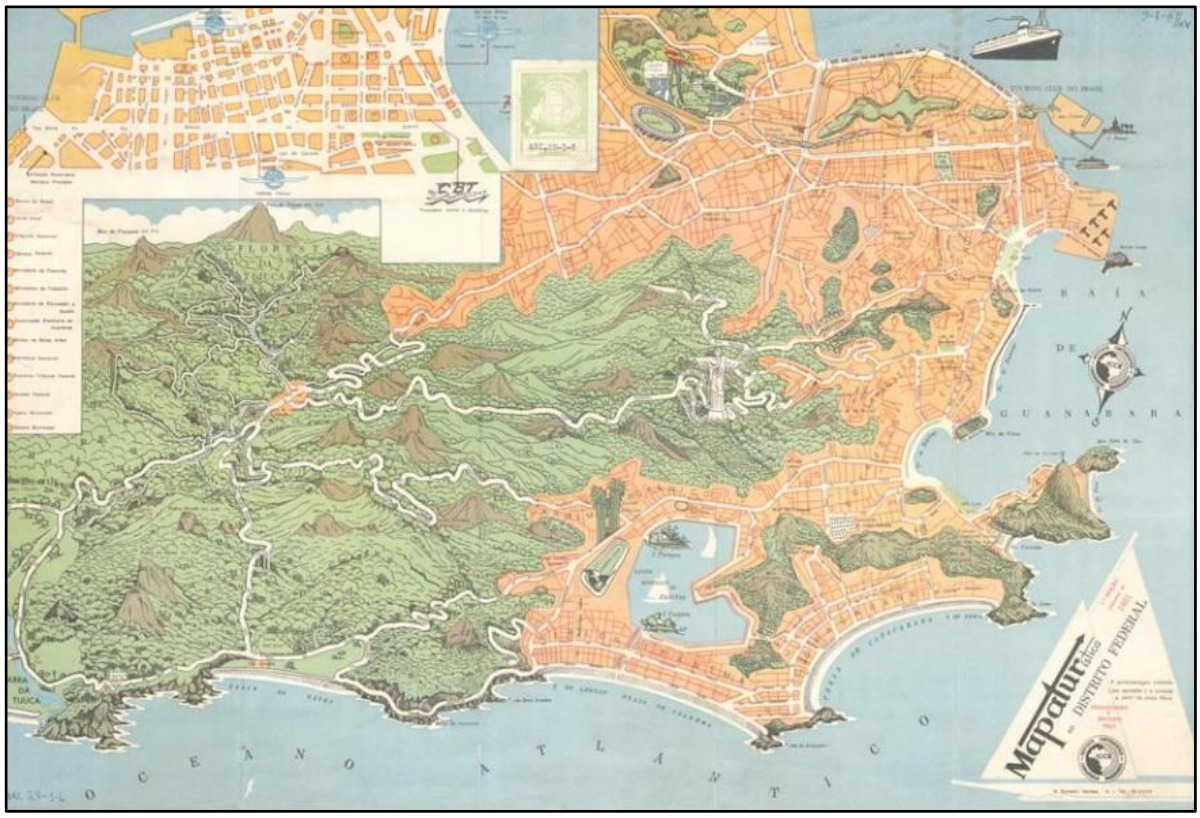


Fonte: Fundação Biblioteca Nacional

Não é possível dizer com exatidão a data de publicação do mapa anterior, apesar de ter sido catalogado pela biblioteca como distribuído em 1930. Confeccionado pela Sociedade Anônima de Viagens Internacionais (SAVI), como consta no canto inferior esquerdo do mapa, é possível indicar que o mapa foi criado especificamente para viajantes.

A Zona Sul da cidade está amplamente contemplada, enquanto parte da Zona Norte, que estava também em evidência no mapa anterior, é parcialmente obliterada. É possível observar que os monumentos e prédios que possuíam grande visibilidade no mapa de 1914, já não aparecem mais como atrativos de visitação no mapa, não estão mais em destaque. Enquanto as praias de Copacabana, Arpoador, Ipanema e Leblon ganham espaço nas representações do mapa. No mapa a seguir, as praias ganham mais visibilidade a orientação do mapa está completamente reconfigurada (Figura 4).

Figura 4: Mapa turístico do Distrito Federal, 1951.



Fonte: Instituto Cartográfico Canabrava Barreiros, acervo Fundação Biblioteca Nacional

Diferentemente dos mapas anteriores, o Mapa Turístico do Distrito Federal de 1951 aponta para o começo de uma institucionalização do turismo na cidade do Rio de Janeiro. Com o custo de 15 cruzeiros[1] indicado no verso[2], fica evidente a comercialização do mapa com fins turísticos. O mapa possui um forte apelo à paisagem, que passa a ser um elemento natural valorizado pelos seus visitantes.

Nesse momento também temos uma grande mudança de orientação do mapa comparado aos anteriores: a Zona Sul para a ser representada na parte inferior do mapa, sendo compreendida como um lugar fundamental da orientação do turismo na cidade. Além disso, a Zona Norte perde visibilidade e a Zona Oeste começa a se apresentar como um espaço

[1] Moeda corrente utilizada na época da edição do mapa.

[2]Optamos por utilizar apena um dos lados do mapa no presente artigo. O verso do mapa está disponível em <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_cartografia/cart356497v/cart356497v.jpg>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

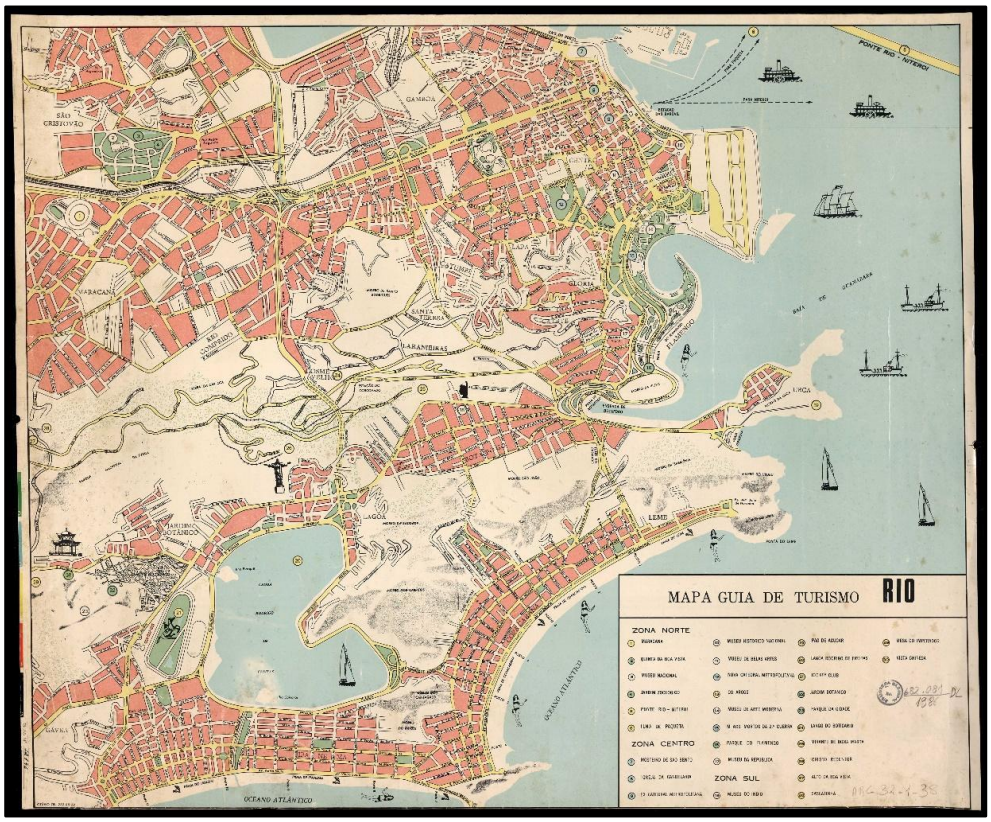
importante para o turismo da cidade, com uma pequena parte da Barra de Tijuca já representada no canto esquerdo inferior.

Em destaque, a Zona Sul do Rio de Janeiro e as praias de Copacabana, Ipanema e Leblon. Veleiros na Lagoa Rodrigo de Freitas indicam que alguns dos elementos utilizados pelos moradores e visitantes passam cada vez mais a uma relação próxima com o mar e a praia. A cidade começava a reconhecer a partir desses objetos e práticas e as novas tendências da vida urbana e social dos indivíduos emergem. Sempre associado a territórios específicos na cidade, trazia-se para os mapas os novos hábitos da vida no Rio de Janeiro.

A década seguinte é reconhecida por um importante marco no turismo no Brasil e no Rio de Janeiro que era, já na época, a cidade mais visitada pelos turistas estrangeiros. A criação da EMBRATUR.

Portanto, a partir de 1966 o turismo ocupa um lugar especial de visibilidade na administração pública e era visto como um elemento fundamental para o crescimento econômico do país. A EMBRATUR era responsável pela promoção do Brasil como um destino turístico no exterior. Embora a empresa fosse responsável pela imagem do turismo no Brasil como um todo, grande parte dos materiais que circulavam para promover o turismo apresentavam prioritariamente a cidade do Rio de Janeiro. Os ícones da cidade, como o Pão de Açúcar e o Corcovado, as praias de Copacabana e Ipanema, o carnaval representado sobretudo pelo desfile das escolas de samba, e as mulheres, geralmente mulatas e "tomadas como representativas da mulher brasileira" (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2013, p.21) eram as imagens que se vendiam do país afim de atrair turistas. Foi nessa circunstância que o erotismo começou a ser visto como uma atração turística para a cidade. Nos mapas, a erotização da mulher brasileira a partir desse momento, é evidente (Figuras 5 e 6).

Figura 5: Mapa turístico da cidade do Rio de Janeiro, 1974-1980



Fonte: Fundação Biblioteca Nacional

Figura 6: Recorte do mapa anterior

Fonte: Fundação Biblioteca Nacional

Não é possível afirmar com precisão a data do mapa anterior. No entanto, no acervo da Biblioteca Nacional, ele está catalogado com data entre 1974 e 1980. As duas imagens mostram de forma clara a expressão e representação do Rio de Janeiro balneário. Os ícones que representam a praia, a mulher de biquíni e os guarda-sóis, simbolizam um pouco do que era a política empreendida pelas mídias e, também, pela EMBRATUR. As mulheres de biquíni nas praias cariocas se tornaram imagens representativas para o turismo brasileiro na época e ajudaram a compor um imaginário sobre a cidade. Esse imaginário está associado, até os dias atuais, à erotização da mulher brasileira e foi tema de grande debate em diversos trabalhos acadêmicos.

A década de 80 foi marcada por uma profunda mudança de narrativa, que rompia com uma representação positiva e quase paternalista do Brasil e, paralelamente, do Rio de Janeiro, e a mídia passou a propagar a imagem de um lugar desregrado e entregue à violência. Por outro lado, o produto "mulher carioca" adquiria um lugar de mais visibilidade ainda, enfatizando a cidade como espaço erótico. Para Amâncio (2000), o cinema foi um importante veículo das narrativas que foram criadas sobre o Brasil e o Rio de Janeiro nessa época. A própria EMBRATUR se encarregava de fazer circular a imagem erótica do país, como vimos na imagem anterior, apresentando a cidade do Rio de Janeiro representada por uma "mulher vestida com um minúsculo biquíni estendida nas areias de Copacabana" (FREIRE-MEDEIROS e CASTRO, 2013, p. 23) em cartazes de estandes de publicidade no exterior.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentadas brevemente algumas das narrativas turísticas que foram criadas sobre a cidade a partir do século XX. Tendo em vista que essas narrativas são estabelecidas e negociadas, e pensando que todas elas, em certa medida, acontecem concomitantemente e convivem umas com as outras, elas devem ser analisadas como imagens possíveis do Rio de Janeiro. E refletimos sobre de que forma essas negociações das narrativas dos espaços da cidade tendem a orientar o turista pelo espaço. Além disso, é importante pensar sobre a própria relevância do mapa como integrante desses discursos.

Nesse sentido, entendemos que a construção das narrativas dos espaços turísticos envolve, obrigatoriamente, a seleção de alguns elementos que compõem esse caráter específico,

iluminando-os ou colocando-os à sombra, e sempre os relacionando com aquilo que deve ser visto pelo turista. Uma das formas de conduzir o olhar do turista na cidade é por meio da representação imagética dos espaços turísticos. Segundo Gomes (2013) a omissão ou valorização de lugares e informações geográficas, os topônimos utilizados, cores, formas, dentre outros, indicam o que ver, como ver e o que significam naquele contexto.

Isso quer dizer que, por meio de alguns recursos, dá-se a relação de comunicação entre o turista e o espaço a ser ocupado e consumido, incluindo os mapas. Mais do que isso, quando se organiza algum documento, seja qual for, que servirá como apresentação e comunicação entre determinado espaço e quem o visita, se estabelece uma hierarquia sobre aquela impressão, uma relação de poder que gerencia a lógica espacial. É habitual que esteja em destaque nos mapas determinados pontos que se consideram mais interessantes para serem vistos. Eles indicam por quais razões devem ser vistas determinadas coisas e qual a importância de cada espaço. No entanto, é necessário compreender que essas informações geográficas, bem como a valorização ou omissão de determinados lugares, muda ao longo do tempo, adaptando-se às narrativas turísticas às quais fazem parte.

Os mapas que orientaram a presente análise implicam um pouco de imprecisão temporal, visto que alguns deles não constam a data oficial de publicação. As análises são realizadas a partir da historiografia da cidade e das transformações urbanas, que tornam possíveis identificar a proximidade deles a partir da existência ou não de determinados lugares, monumentos e atrativos turísticos. A geografia da cidade, as intervenções arquitetônicas, a mudança do desenho urbano de algumas regiões e a inclusão de objetos, nos permite refazer um percurso narrativo que se transformou enormemente ao longo do século XX.

A cartografia turística da cidade do Rio de Janeiro é um produto com uma dualidade de sentidos fundamental para compreender a própria história do espaço e da cidade como um lugar turístico. Ora esses mapas se configuram como um objeto estático, visto que é um produto técnico impresso e reproduzido de uma maneira quando analisado em sua individualidade. Ora aparece como um objeto fundamental de compreensão das mudanças da cidade, tornando-se, em conjunto, um objeto em constante movimento e transformação.

8. REFERÊNCIAS

ABREU, M. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPP, 1988.

ALFONSO, L. **Embratur**: formadora de imagens da nação brasileira. Campinas, 2006. Dissertação de Mestrado. Instituição: Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

AMÂNCIO, T. **O Brasil dos gringos**: imagens no cinema. Niterói: Intertexto, 2000.

BERDOULAY, V. Espaço e Cultura. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. **Olhares Geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BARICKMAN, B. Medindo maiôs e correndo atrás de homens sem camisa: a polícia e as praias cariocas, 1920-1950. Rio de Janeiro: **Recorde**, v. 9, n. 1, p. 1-66, jan. /jul. 2016.

_____. Not many flew down to Rio: tourism and the history of beach-going in twentieth-century Rio de Janeiro. **Journal of Tourism History**, Vol. 6, N. 2-3, 223-241, 2014.

_____. "Passarão por mestiços": o bronzeamento nas praias cariocas, noções de cor e raça e ideologia racial, 1920-1950. **Revista Afro-Ásia**, Vol. 40, 173-221, 2009.

CASCO, A. C. **Rio de Janeiro**: uma cidade tra(duz)ída pelos mapas. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2009.

CASTRO, C. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, G. **Antropologia urbana: Cultura e sociedade no Brasil e Portugal.** p. 80-87, 1999.

DURAND, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Arcádia, 1979.

FERNANDES, U. S. **A natureza monumental do Copacabana Palace**. Data de defesa: 2006. 210 p. Dissertação de Mestrado. Instituição de Ensino: Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006.

FERREIRA, L. F. G.; GODOY, K. E. Paisagem guiada: representação imagética das favelas cariocas nos guias visuais do turismo. **Cadernos de Geografia**, n 36, p. 93-102, Coimbra, 2016.

FREIRE-MEDEIROS, B. **Gringo na laje**: produção, circulação e consumo da favela turística. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

FREIRE-MEDEIROS, B; CASTRO, C. Destino: Cidade Maravilhosa. In: CASTRO, C.; GUIMARÃES, V. L.; MAGALHÃES, A. M. **História do Turismo no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

GOMES, P. C. C. **Quadros Geográficos:** uma forma de ver, uma forma de pensar. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.

_____. **O lugar do olhar**: elementos para uma geografia da visibilidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

_____. Espaços públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Olhares geográficos**: modos de ser e viver o espaço. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2012.

_____. Cenários para a geografia: sobre a espacialidade das imagens e suas significações. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs). **Espaço e Cultura: Pluralidade Temática**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.

GOMES, Paulo Cesar da Costa; RIBEIRO, Leticia Parente. A produção de imagens para a pesquisa em Geografia. In: **Espaço e Cultura**, n 33, p. 27-42, 2013.

HALL, Stuart. `Introduction', in S. Hall (ed.), **Representation**: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage, 1997.

HARLEY, Brian; WOODWARD, David. **The history of cartography**: cartography in prehistoric, ancient and medieval europeu and the Mediterranean. Chicago e Londres: The University of Chicago Press,1987.

HARLEY, Brian. Maps, knowledge and power. In: COSGROVE, Denis; DANIELS, Stephen. **The iconography of landscape**. Cambridge: University of Crambridge Press, p. 277-312,1988.

LE GOFF, J. **História e Memória**. Campinas: Unicamp, 1996.

MACHADO, H. C. A construção social da praia. **Revista Sociedade e Cultura I**. Cadernos do Nordeste, Vol. 13 (1), 201-218, 2000.

MACHADO, Marcello de Barros Tomé. **A modernidade no Rio de Janeiro**: construção de um cenário para o turismo. Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas, 2008.

MAUAD, A. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. Universidade de São Paulo, **Anais do Museu Paulista**, v.13, n.1, 2005.

O'DONNELL, J. **Um Rio atlântico**: culturas urbanas e estilos de vida na invenção de Copacabana. Tese (Doutorado em Antropologia) – Museu Nacional – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 298f., 2011.

_____. **A invenção de Copacabana**: culturas urbanas e estilo de vida no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

WOODWARD, K. A identidade e a diferença: uma introdução conceitual. In: HALL, S; WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2012.