

ESTUDO SOBRE O IMAGINÁRIO TURÍSTICO DO SUBÚRBIO CARIOCA APRESENTADO NAS NOVELAS DA AUTORA BRASILEIRA GLÓRIA PEREZ

Study on the tourist imaginary of the suburbs of Rio de Janeiro based on
novels by author Gloria Perez

Mariana Freitas Ribeiro¹, Michel Jairo Vieira da Silva², Ricardo Lanzarini³ & Karoliny Diniz
Carvalho⁴

RESUMO

Considerando a importância das produções audiovisuais brasileiras para a criação do imaginário turístico do subúrbio do Rio de Janeiro, o presente artigo tem como objetivo avaliar e analisar o imaginário turístico do subúrbio carioca apresentado nas novelas da autora Glória Perez. A pesquisa possui uma abordagem qualitativa de caráter exploratório e descritivo. Por meio da pesquisa bibliográfica e documental, fundamentou-se o turismo no subúrbio carioca, seguido de análise do conteúdo fílmico-novelistico de 05 novelas transmitidas durante o período 2001 a 2022 - O Clone, América, Salve Jorge, A Força do Querer e Travessia, culminando em elaboração de figura síntese do imaginário turístico do subúrbio carioca. Os resultados sinalizaram um imaginário plural, diverso, destacando aspectos positivos, tais como a hospitalidade, a gastronomia, as paisagens e as atividades de lazer; no entanto, o estudo ressaltou aspectos deficitários, como por exemplo, a dificuldade de acesso à região, a violência e a baixa infraestrutura no destino, elementos que colaboram para a formação de uma imagem negativa do subúrbio carioca.

PALAVRAS-CHAVE

Imagem; Imaginário Turístico; Subúrbio; Novela; Rio de Janeiro.

¹ **Mariana Freitas Ribeiro** - Bacharel em turismo (UFRN). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6095605920841735>. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6032-8400>. E-mail: freitasmariana2001@gmail.com.

² **Michel Jairo Vieira da Silva** - Doutor em Turismo (UFRN). Professor do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN, Natal, Rio Grande do Norte, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9014294331694342>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9649-8063>. E-mail: michel.vieira@ufrn.br.

³ **Ricardo Lanzarini** - Doutor em Ciências Humanas (UFSC) com Pós-doutorado em Lazer e Turismo (USP). Professor do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9857446311863232>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6817-7177>. E-mail: ricardo.lanzarini@ufrn.br.

⁴ **Karoliny Diniz Carvalho** - Doutora em Turismo (UFRN). Professora do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Maranhão, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4022781142042263>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7059-5087>. E-mail: karolinydiniz@gmail.com.

ABSTRACT

Considering the importance of Brazilian audiovisual productions in creating the tourist imaginary of the Rio de Janeiro suburbs, this article aims to evaluate and analyze the tourist imaginary of the Rio de Janeiro suburbs disseminated by the soap operas of author Glória Perez. The research has a qualitative, exploratory and descriptive approach. Bibliographical and documental research was used to contextualize the tourism on Rio de Janeiro suburbs. Next, an analysis was carried out of the filmic-novelistic content of 05 soap operas broadcast during the period from 2001 to 2022 - O Clone, América, Caminho das Índias, Salve Jorge, A Força do Querer and Travessia, culminating in the elaboration of a summary figure of the tourist imaginary of the Rio de Janeiro suburbs. The results showed a plural, diverse imaginary, highlighting positive aspects such as hospitality, gastronomy, landscapes and leisure activities; however, the study also highlighted deficient aspects, such as the difficulty of access, violence and poor infrastructure in the destination, elements that contribute to the formation of a negative image of the suburbs of Rio de Janeiro.

KEYWORDS

Image; Tourist Imaginary; Suburb; Novel; Rio de Janeiro.

2

INTRODUÇÃO

As produções audiovisuais são importantes ferramentas de propagação de imagens e imaginários acerca dos destinos turísticos, ao passo que conferem visibilidade a regiões periféricas não inseridas nos roteiros tradicionais. Nesse particular, o Rio de Janeiro tem sido objeto de produções que constroem representações sobre a cidade, o estado e, consequentemente, o Brasil. Como exemplo, sobressaem-se as descrições da capital romântica e luminosa da Bossa Nova de Tom Jobim, bem como telenovelas de projeção nacional (de autores como Manoel Carlos), que se configuram como disseminadoras de um imaginário específico sobre o “Rio”. O retrato da capital fluminense em telas, filmes, séries e músicas ressalta, normalmente, traços consagrados e “elitistas” de belezas naturais e culturais, alcançando espectadores e consumidores da cena midiática nacional e internacional.

Desse modo, propaga-se um imaginário reducionista de uma cidade recortada, concentrada em calçadões e praias de cartões-postais conhecidos. Apesar dessa imagem “luminosa”, solar e paradisíaca vinculada ao Rio de Janeiro, diversos autores e artistas enaltecem outras perspectivas e constroem novos e complexos imaginários — também turísticos — sobre a

metrópole. Exemplos notáveis são as obras dos sambistas Zeca Pagodinho e Arlindo Cruz, cujas composições abordam as vivências do extenso subúrbio, como em “Eta Povo Pra Lutar” (2008), “O Carro do Ovo” (2019) “O Feijão de Dona Neném” (1992) “Quem Casa Quer Casa” (2019), “Meu Lugar” (2007). O cinema também retrata facetas dessa região, a exemplo de “Cidade de Deus” (2002) e “Tropa de Elite” (2007), que abordam o cotidiano suburbano, suas conquistas e desafios.

No que se refere às produções teledramatúrgicas, ressalta-se a obra de Glória Perez, que enfatiza uma moldura mais popular da cidade, valorizando aspectos culturais e paisagísticos do subúrbio carioca. Sua abordagem abrange, inclusive, elementos da dinâmica turística, como a hospitalidade dos moradores, a gastronomia e o lazer. Diversos estudos (Bruno, 2013; Estanislau, 2024; Moesch & Santos, 2024) demonstram que tais produções estimulam fluxos turísticos para as comunidades que servem de cenário, como os Complexos da Rocinha, do Vidigal, do Alemão e o Morro de Santa Marta, com destaque para a contemplação de paisagens, eventos musicais (bailes funk e rodas de samba), turismo gastronômico e de experiência (Moraes, 2017). As comunidades e bairros como Méier e Madureira, com suas rodas de samba, bares e arquitetura diversa, integram a imagem e o imaginário turístico da cidade do Rio de Janeiro.

Tendo em vista as representações consagradas (centro e litoral) da capital, indaga-se: qual o imaginário turístico do subúrbio do Rio de Janeiro, no século XXI, apresentado nas telenovelas de Glória Perez? Assim, a presente pesquisa tem como objetivo geral avaliar e analisar o imaginário turístico do subúrbio carioca veiculado nas obras da referida autora. Para tanto, definiram-se os seguintes objetivos específicos: a) contextualizar o turismo no subúrbio do Rio de Janeiro; b) discutir o conteúdo das imagens e imaginários turísticos presentes nas novelas de Glória Perez; e c) sintetizar, em figura gráfica, o imaginário turístico do subúrbio carioca na perspectiva da autora.

REFERENCIAL TEÓRICO

IMAGINÁRIO E O TURISMO NAS PERIFERIAS: EM BUSCA DE NOVAS CENAS

O Brasil é um país de grande visibilidade mundial, com destaque para traços culturais e paisagísticos marcantes, tais como o futebol, as praias, o samba, o carnaval e a caipirinha, além

da alegria, irreverência e receptividade do seu povo. O imaginário turístico sobre o país também reflete a imagem emoldurada pelo audiovisual — a exemplo de filmes, séries, clipes e telenovelas —, considerados ferramentas importantes para o reconhecimento e a promoção das cidades, paisagens e crenças nacionais. Conforme destaca Tondato (2012, p. 1044), “[...] a ficção vai refletir esta dinâmica, trabalhando diretamente a partir do simbólico, indo ao imaginário”.

Ampliando este debate para o setor turístico, assinala-se o potencial que a imagem e o imaginário possuem para o fomento da atividade em diversas regiões, ao induzirem o comportamento de compra e o consumo de lugares (Santana & Gosling, 2017; Gomes, Campos & Pereira, 2022; Pratt & Liu, 2019; Agapito & Mendes, 2013). Na visão de Pereira (2024), a imagem é concebida como fragmentos do mundo — um recorte ou representação —, enquanto o imaginário diz respeito ao impacto desses registros junto ao receptor, que constrói significados e interpretações com base em tais elementos. Kotler (2006, p. 182) corrobora essa análise ao afirmar que a imagem de um lugar é definida por um conjunto de atributos formado por crenças, ideias e impressões que as pessoas nutrem sobre a localidade. Naturalmente, as imagens que o indivíduo acessa e as formas como ele imagina o local a partir de então (imaginário) interferem na transformação de turista em potencial (dúvida), para turista real daquele destino (certeza).

Na contemporaneidade, caracterizada pela fluidez das comunicações e pelo amplo acesso a tecnologias, a possibilidade de visualizar imagens de praticamente tudo que existe, trazendo uma representação tanto visual quanto mental, influencia diretamente o comportamento social. Gastal (2005, p. 23) discute os impactos das transformações tecnológicas na seguinte afirmação. “As tecnologias que levaram à fotografia, ao cinema, ao vídeo e aos computadores permitiram diferentes formas de reproduções audiovisuais”. Ainda é possível acrescentar que, segundo a perspectiva de Bezerra (2013, p. 26), “a imagem é como uma peça de quebra-cabeça, que possibilita distorcer a imaginação do indivíduo e é a partir dela que se tem um contato visual do local que almejará ou não visitar”.

A imagem, portanto, é constituída pelo que é visto ou construído via representação visual. Como citado pelo antropólogo Marc Augé (1998, p. 31), “as imagens podem servir para tudo”. Sob essa ótica, percebe-se a facilidade de transmissão de ideias, visões, percepções, por meio da imagem, pois ela sempre narra uma história que carrega o imaginário e a intenção de quem a produziu.

Além de caracterizar momentos, desejos ou sensações, uma mesma imagem pode evocar significados distintos para cada indivíduo, dependendo de seu imaginário e de suas referências prévias.

No contexto turístico, a imagem é a responsável por promover o local, pois o visual enfatiza o que é enaltecido na imagem; o foco escolhido pode impulsionar a necessidade de estar no local exibido, ou seja, de vivenciar o momento de lazer em meio à cultura, cotidiano local, ou natureza. Nesse sentido, Dias e Cassar (2005, p. 162) pontuam que “essa imagem influencia o grau de preferência do consumidor-turista pela localidade, influenciando no seu comportamento de compra”.

Na atualidade, existe um maior acesso às informações e à circulação de imagens, fato que impulsiona o crescimento do turismo. Graburn & Gravari-Barbas (2011) pontuam que “o imaginário dos lugares, dos destinos e das viagens, é consumido por diversas populações em todo o globo, notadamente por meio do papel crescente das mídias e das oportunidades de viajar”. Sobre a relação entre imagem e a construção do imaginário turístico sobre os lugares, Gastal (2005) entende a relação de indissociabilidade existente entre estes conceitos, posto que antes de se deslocarem para um novo lugar, as pessoas já estão em contato com ele visualmente, por meio das imagens veiculadas em fotos de jornais, folhetos, cenas de filmes e de telenovelas, entre outros. Já os imaginários referem-se aos sentimentos construídos em relação a locais, objetos e pessoas, alimentados por amplas e diversificadas redes de informação, os quais levarão os potenciais visitantes a achar um local romântico, outro perigoso, outro bonito, outro civilizado.

A imagem turística primária é formada na pré-viagem, durante os preparativos. É o período que se tem espontaneamente o acesso a uma matéria, uma paisagem fílmica, uma cena de filme ou série. Depois há buscas informacionais pelo local, pelo que existe de atrativo nele, o que ele oferece para cada faixa etária, quais as recomendações de passeios, restaurantes, hospedagens, *transfer*. Através das imagens registradas, os sentimentos imaginais do indivíduo e do local visitado são sintetizados (Silva, Bezerra & Nóbrega, 2019).

Na visão de Silva, Bezerra e Nóbrega (2019), a imagem prévia do turista em relação ao destino visitado, associada à própria experiência no lugar — que inclui hospedagem, alimentação, atrativos culturais e naturais, atividades culturais, de compras e de lazer, entre outros — efetiva

o imaginário turístico estimulado pelas produções audiovisuais. Segundo Barbas e Graburn (2012), “o imaginário turístico evoca uma definição multidimensional tendo em conta toda a cadeia de produção do turismo.”

Considerando que assistir a uma telenovela consiste em uma “experiência ao mesmo tempo cultural, estética e social” (Lopes, 2003, p. 30), assume-se que as representações exibidas nos capítulos são apropriadas pelos telespectadores e podem ser buscadas pelos potenciais visitantes em seus momentos de lazer. Em razão da familiaridade construída com os personagens e o contato estético com as paisagens, este gênero tende a estimular o deslocamento, transformando o espectador em protagonista da experiência — fenômeno denominado turismo cinematográfico ou motivado pelo audiovisual. Tais vivências podem incluir visitas a locações, equipamentos de lazer, roteiros gastronômicos em feiras populares e o contato direto com moradores das comunidades retratadas (Hudson & Ritchie, 2006).

Em sua grande maioria, os turistas são atraídos por áreas nobres das cidades que visitam; por muito tempo, as partes do subúrbio e da periferia não eram visibilizadas e/ou lembradas por esses viajantes, eram áreas apenas para seus moradores, os quais só poderiam ter contato com os turistas se trabalhassem nos polos turísticos da cidade. Coexistiam, assim, duas cidades: a turística e a cotidiana (Silva, 2017), aqui a cotidiana suburbana. Com o passar dos anos, as novelas (muito populares no Brasil) começaram a enaltecer também as áreas periféricas, exibindo nas obras as suas potencialidades naturais, o patrimônio cultural e o cotidiano dos seus moradores, como sinalizado por Phillips (2003). A ênfase girava em torno da ideia de subúrbio com elementos positivos, disseminada pelas mídias, artes, projetos políticos-sociais e também pelo turismo.

Tal configuração pode ser constatada, por exemplo, na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, por meio de empresas de serviços turísticos que há algumas décadas realizam visitas às regiões do complexo da Rocinha, Morro do Vidigal, Morro da Providência, Complexo do Alemão, Cidade de Deus e Parque União. Na percepção de Kalaoum e Fogaça (2020 p.94), “as favelas cariocas, geralmente vistas como espaços hostis, de miséria e criminalidade, vão sendo aos poucos transformadas em produtos culturais e atrativos turísticos do município do Rio de Janeiro e de todo o país”.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO SUBÚRBIO NAS TELENÓVELAS E NO TURISMO

Tendo em vista que “a repetição de narrativas e imagens associadas a um lugar vai cristalizando e disseminando sua qualidade turística” (Castro, 2006, p. 84), o que contribui para a emergência de um olhar turístico que estimula os desejos dos visitantes, a construção do Rio de Janeiro enquanto destino turístico foi erigida a partir da convergência de diversos fatores, tais como as mudanças estruturais que ocorreram em períodos históricos distintos, e da atuação de agentes internos e externos. De acordo com Castro (2001), a atividade turística no Rio pode ser dividida em três fases: Da década de 1920 até a Segunda Guerra Mundial; o segundo período do fim da Segunda Guerra até meados da década de 1970; e a terceira etapa de meados da década de 1970 até os dias atuais. A seguir, será feito um breve levantamento de momentos históricos-chave para a compreensão dessa questão.

Até o início do século XX, o Rio de Janeiro não dispunha de uma infraestrutura - transporte, hospedagem e alimentação - para atender às necessidades dos viajantes. Apesar de já possuir grande apelo paisagístico, arquitetônico, histórico e cultural, o turismo no Rio de Janeiro ganhou maior relevo a partir de 1920, período no qual foram criadas empresas, associações e organizações destinadas exclusivamente para o setor.

A consolidação do turismo ocorreu também à medida em que os valores estrangeiros ressignificaram as noções de lazer da burguesia brasileira, transformando os espaços cotidianos, como a orla marítima, em locais de atração de visitantes. Durante o século XX, as melhorias urbanas e as reformas empreendidas pelos governos contribuíram para a organização de uma oferta de equipamentos e serviços. Naquele período, a cidade vivenciou um processo de modernização na estrutura urbana, com a abertura de espaços públicos, além de uma produção cultural que incluía espetáculos teatrais e musicais, exposições, práticas esportivas, os primórdios do cinema (Venegas, 2011), fato que permitiu ao Rio de Janeiro posicionar-se, após o período imperial, como importante *lócus* da vida social, política, cultural e econômica do Brasil. “Nos anos 1930 o rádio é o grande difusor dos produtos culturais cariocas e o carnaval já é a grande festa popular da cidade. O Rio vai mostrando sua vocação para a incorporação incondicional do novo” (Perrotta, 2004, p. 39). Assim, compreende-se que o incentivo ao turismo no Rio de Janeiro no período de 1920-1930 contou com a articulação entre o poder público, empresas e instituições privadas, da imprensa e de parcela da população local.

Desta forma, o Rio de Janeiro foi reconhecido como local turístico (Castro & Freire-Medeiros, 2013) e a atividade expandiu-se por diversas áreas da cidade. Em 1923, foram criados a Sociedade Brasileira de Turismo e o hotel Copacabana Palace, considerados marcos históricos da expansão do turismo na área da hotelaria fluminense. Paralelamente, o periódico Beira Mar, noticiava os atrativos dos bairros da Zona Sul, destacando especialmente seus aspectos culturais, o que fomentou uma perspectiva turística entre os seus leitores (O'Donnell, 2013).

No que se refere à hotelaria, no período entre 1920-1930, houve maiores incentivos públicos e investimentos privados com o objetivo de dotar a cidade de equipamentos voltados ao turismo; nesse momento, assistiu-se ao surgimento de grandes hotéis como o Hotel Glória, em 1922, e o Copacabana Palace, em 1923, identificado como o marco do processo de expansão urbana e de resignificação simbólica do Rio de Janeiro (O'Donnell, 2013). Nesse patamar, Pimentel (2012) chama a atenção para o modelo das multinacionais de hospedagem, nomeadas de redes técnicas, que se estabeleceu no Rio de Janeiro no início do seu processo de urbanização, no século XIX, e o das redes multinacionais de hospedagem em meados dos anos 1960.

Ao analisar os modelos de modernidade propostos pelas duas tipologias de hospedagem – a modernidade industrial europeia e a modernidade técnica norte-americana –, a ênfase da pesquisa recaiu, entre outras questões, sobre o processo que fabricou a valorização dos padrões verticais para as edificações de áreas destinadas ao turismo de massas e a desqualificação das demais áreas da cidade. Trata-se, na visão da autora, de um modelo padrão que promoveu a substituição das antigas formas de morar e das edificações na cidade, desqualificando-as por seu atraso. A incorporação do modelo de hospedagem assentado no padrão norte-americano, a partir da década de 1960, contribuiu para o declínio de outras edificações e, por extensão, das demais regiões da cidade: desde o centro da cidade, São Cristóvão ou a Ilha do Governador, até as regiões serranas. Assim, a cidade passou a assimilar narrativas padronizadas para expressar no ambiente construído a ideia de *progresso* associada à modernidade.

Vale destacar também que os aspectos imateriais da cultura carioca, tais como a musicalidade, a dança, o jogo, a sensualidade, entre outros, foram sendo valorizados pela população local, contribuindo para a formação de estereótipos propagados pela publicidade turística “a maioria da população” foi sendo envolvida pelas referências de amabilidade, bom humor, malandragem e sensualidade, “e procurou se comportar a partir das sugestões desse estereótipo,

principalmente junto a estranhos e visitantes, como o turista” (Machado, 2008, p.136). Ainda, a produção cultural também foi um fator preponderante para a construção identitária da cidade.

Na década de 1920, o turismo obteve notoriedade também com a criação da estrada de Rio de Janeiro até Petrópolis, trazendo esportistas e o automobilismo para o Rio de Janeiro (Borges & Bellagamba, 2014). Ao longo dos anos, a ênfase turística e midiática da cidade foi direcionada à Zona Sul, destacando-se a produção musical da Bossa Nova, as paisagens boêmias e românticas presentes em filmes hollywoodianos e as novelas do escritor Manoel Carlos (por exemplo. O cotidiano que envolve os calçadões de Copacabana, Leblon; a Lagoa Rodrigo de Freitas; enseada de Botafogo e o bonde para o morro do Pão de Açúcar, são bons exemplos desses usos na criação desse imaginário turístico. Porém, somente há algumas décadas, a Zona Norte com seu subúrbio também passou a ser explorada pela mídia/produções artísticas – representados aqui pelas novelas – como também pelo turismo.

É importante pontuar que no contexto da formação das relações centro-periferia no Rio de Janeiro, o subúrbio, enquanto categoria espacial, ganhou contornos teóricos diferenciados, distanciando-se do significado de local situado nas cercanias, nas bordas, periferias ou nos extramuros das cidades, vinculado às necessidades sociais e de lazer dos moradores mais privilegiados. De acordo com Fernandes (2011), até o final do século XIX, o termo subúrbio referia-se às áreas consideradas nobres da cidade, como Botafogo, Catumbi e Catete, coincidindo com o conceito tradicional presente na literatura. No entanto, no início do século XX, a partir do trinômio trem/subúrbio/proletário, uma visão particular ou diferenciada sobre o subúrbio carioca emergiu, a partir da disponibilidade do trem como meio de transporte, da presença de uma população menos favorecida e da existência de relações íntimas e frequentes com o centro da cidade.

O autor sinaliza a Reforma Passos (1903-1906) como o marco inicial desta visão particular de subúrbio, quando este assumiu “um sentido de desprestígio social e passou a ser representação única e exclusiva dos bairros e subúrbios ferroviários ocupados por classes médias e baixas” (Fernandes, 2011, p. 36). Ao longo do tempo, e enquanto espaço material e simbólico de reprodução das relações sociais, o subúrbio passou a denominar não somente os locais que se desenvolveram a partir das estações ferroviárias, mas também as áreas da cidade que possuem ou não serviços públicos deficitários (Ribeiro, 2016).

Ainda para Ribeiro (2016), há distinções entre subúrbio e periferia, assumindo que o subúrbio não significa uma variação da periferia, mas remete a um território com dinâmica e identidade próprias, um campo diverso de significações, afetos e representações, abrangendo vivências diversas. Já a noção de periferia está associada à uma forma socioespacial desordenada, à ausência de um planejamento urbano, envolta em conflitos e desigualdades socioeconômicos (Domingues, 2020). Novaes (2013) acrescenta que para além da carga de negatividade atribuída à palavra subúrbio, a sua designação também é usada com sinal positivo, certa nostalgia amorosa e idealização bucólica; a autora ressalta ainda que o termo não carrega uma oposição/tensão social similar àquela encontrada nas palavras “favela” e “periferia”.

Rocha e Gonçalves (2022) entendem que o subúrbio não se trata de uma zona periférica em relação aos centros econômicos da cidade, sendo caracterizado pela sua complexidade e aspectos multifacetados, definido pelas características geográficas e pelos laços de pertencimento. Os autores sinalizam três características principais do denominado subúrbio carioca: a localização (principalmente na Zona Norte); a conexão com vias de transporte de massa (Avenida Brasil, Trem ou Metrô), e o forte senso de pertencimento de sua população.

A cidade do Rio de Janeiro possui uma área de subúrbio diversa e extensa, e pela definição oficial de subúrbio, áreas como Flamengo, Botafogo, Copacabana e Nova Iguaçu eram então consideradas subúrbios cariocas. Porém, houve uma “glamourização” de algumas áreas, como aborda Piñon (2010), sendo esse termo associado às outras regiões da cidade. Aliás, a invenção da expressão Zona Sul, que aparece pela primeira vez em 1927, deve-se ao jornal da Associação Comercial de Copacabana, o *Beira-Mar*, que passou a denominar assim a região geograficamente localizada ao sul do Cristo Redentor. Desse modo, esses bairros deixariam de ser considerados subúrbios, e seus habitantes perderiam o rótulo de “suburbanos”, denominação que passou a ser atribuída àqueles residentes em outras áreas de expansão populacional, como no caso de Nova Iguaçu, região que viria a constituir a Baixada Fluminense.

Paralelamente, o turismo também vem explorando o subúrbio carioca desde os anos 1970, período em que se notou o deslocamento de visitantes em direção às favelas com o intuito de conhecer sua dinâmica sociocultural. Embora não existam registros documentais sobre as primeiras visitas (Freire-Medeiros, 2007), acredita-se que, ao longo das décadas e com o apoio de expressões artísticas midiáticas, o interesse turístico tenha se evidenciado.

A inserção de favelas e subúrbios na teledramaturgia brasileira – gênero amplamente consumido dentro e fora do país – remonta a 1984, com a obra “Partido Alto”. Escrita por Glória Perez e Aguinaldo Silva, a trama foi pioneira ao abordar tal temática. Atualmente, ao se analisar a representação do subúrbio nas telenovelas, Glória Perez destaca-se como uma das principais autoras, cujas produções estimularam novos olhares e perspectivas sobre essas localidades.

Glória Maria Ferrante Perez nasceu em 1948 na cidade do Rio de Janeiro e ao longo da sua trajetória tornou-se uma premiada escritora, autora, roteirista e produtora de novelas e minisséries. Dentre as suas obras destacam-se as novelas “Carmem” (1987); “Barriga de aluguel” (1990); “De corpo e alma” (1992); “Pecado Capital (1998)” e a partir do século XXI: “O Clone” (2001); “América” (2005); “Caminho das Índias” (2009); “Salve Jorge” (2012); “A Força do Querer” (2017) e “Travessia” (2022).

As suas tramas são reconhecidas por inaugurar e/ou trazer luz também a outros assuntos, como tráfico de drogas, de crianças e mulheres, HIV, dependência química, violência doméstica e urbana, transplante de órgãos, avanços da ciência e tecnologia, transsexualidade, além de demonstrar o interesse por culturas nacionais e estrangeiras mais isoladas. Todas as novelas foram ambientadas direta ou indiretamente na cidade do Rio de Janeiro, retratando diversos espaços e estilos de vida cariocas.

METODOLOGIA

O presente estudo possui uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório-descritivo, realizada por meio de pesquisa bibliográfica sobre o turismo no subúrbio do Rio de Janeiro e da análise das obras (documentos) da novelista Glória Perez. Desenvolveu-se uma análise de conteúdo novelístico das obras transmitidas ao longo do período de 2001-2022 (século XXI), incluindo aquelas que exibiram áreas periféricas e o subúrbio da cidade do Rio de Janeiro como núcleo central ou paralelo da trama.

Sendo assim, a amostra da pesquisa foi composta por 06 novelas: O Clone, América, Salve Jorge, A Força do Querer e Travessia. Após a identificação das obras, foram selecionadas e analisadas as cenas por meio da técnica de Análise de conteúdo proposta por Bardin (1977). As operações analíticas foram sistematizadas em fases ou etapas: a pré-análise consistiu na organização do material coletado e do contato inicial com o conteúdo novelístico, realizando-se a denominada

“leitura flutuante”. Na etapa seguinte, denominada exploração do material (imagem), ocorreu o processo de análise do *corpus* constituído na fase anterior, por meio da busca por estabelecer quadros de referência, síntese das ideias e conteúdos apreendidos, a partir dos pressupostos iniciais da pesquisa. Nesta etapa, alinharam-se as categorias de análise, ou seja, uma “representação simplificada dos dados brutos” (Bardin, 1977), obedecendo às regras de exaustividade, homogeneidade, representatividade e pertinência. Posteriormente, a etapa referente ao tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação (imaginário) consistiu no momento em que se estabeleceu a análise propriamente dita, com base nas reflexões teóricas e no material organizado, com o intuito de apresentar um panorama elucidativo sobre o objeto da pesquisa.

Tendo em vista a extensão do material televisivo foco de investigação, as cenas foram escolhidas tendo por base a forma com que as novelas sintetizaram o subúrbio carioca em suas narrativas. O processo de escolha do *corpus* de análise seguiu os direcionamentos de Pires (2008, p. 183), considerando: a) a *pertinência* teórica (em relação aos objetivos da pesquisa); b) as *características* e a *qualidade intrínseca* do caso; c) a *tipicidade* ou a *exemplaridade*; d) a *possibilidade de aprender* com o caso escolhido; e) seu interesse social e f) a sua acessibilidade à investigação.

As Unidades de Contexto (U.C) e as Unidades de Registro (U.R) do conteúdo fílmico-novelistico foram inspiradas em temas extraídos do quadro de atributos da imagem aplicado a diferentes atores de destinos turísticos (Santana, 2009), especificamente os que se referiam às variações cognitivas.

Após o acesso às 06 novelas da Glória Perez na plataforma Globoplay disponibilizada pela TV Globo, analisou-se os elementos relacionados às Unidades de Contexto pré-estabelecidas. Na primeira U.C- *Qualidade da Experiência* foram definidas 04 Unidades de Registro (U.R): **i) Hospedagem; ii) Transporte; iii) Restauração e oferta alimentar e iv) Segurança**. A U.C *Meio Ambiente e Economia* contemplou a categoria **Paisagens** como Unidade de Registro (U.R). Na U.C *Atrações/Atividades*, analisou-se a Unidade de Registro (R.C) **Atividades de Lazer**; a última U.C da pesquisa, denominada *Cultura e sociedade*, foi analisada por meio da U.R **Forma de vida local** (Quadro 1).

Quadro 1. Adaptação de atributos da imagem aplicados aos diferentes atores de destino

UNIDADE DE CONTEXTO (UC)	UNIDADE DE REGISTRO (UR)
U.C. 1- <i>Qualidade da experiência</i>	i. Hospedagem ii. Transportes iii. Restauração e oferta alimentar iv. Segurança
U.C. 2- <i>Excitação e aventura</i>	v. Hospitalidade
U.C. 3- <i>Meio ambiente e economia</i>	vi. Paisagens
U.C. 4 - <i>Atrações/Atividades</i>	vii. Atividades de lazer
U.C. 5- <i>Cultura e sociedade</i>	viii. Forma de vida local

Fonte: Elaborado a partir de Santana (2009, p. 114-115).

A análise proposta resultou na criação de uma imagem síntese que condensou os objetivos de contextualização e de apresentação das principais características turísticas observadas nas novelas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As narrativas ficcionais favorecem a aproximação com os cenários naturais, culturais e com as vivências cotidianas do subúrbio carioca, sendo capazes de, por um lado, reforçar os estereótipos e pré-conceitos; e do outro, proporcionar novos olhares sobre a dinâmica local. Este fato pode contribuir para uma maior compreensão das particularidades socioespaciais e culturais e da diversidade existentes no país e, conseqüentemente, para a formação de uma imagem positiva no contexto turístico.

A partir do exposto na U.C. 1 - *Qualidade da Experiência* analisaram-se 04 U.R's: I) Hospedagem; II) Transporte; III) Restauração e oferta alimentar e IV) Segurança. No tocante à **Hospedagem**, não se constatou a existência de equipamento comercial, fato que pode denotar aos potenciais consumidores visitas sem pernoite, tais como excursões. Durante as cenas das novelas, as hospedagens eram realizadas nas residências de familiares e amigos. A maioria das estruturas residenciais do subúrbio novelístico eram retratadas por moradias horizontais (casas). Nas novelas "Salve Jorge" e "A Força do Querer", evidenciaram-se casas irregulares e barracos; a obra "Salve Jorge", por exemplo, foi ambientada no Complexo do Alemão e "A Força do Querer" no Morro do Beco. Já as novelas "O Clone" e "Travessia", estavam centradas na "pista" — a primeira no bairro de São Cristóvão e a segunda em Vila Isabel — ambas mostravam casas em terreno plano, perto das estradas e avenidas. Já a novela intitulada "América" se passava entre a pista e o morro, em Vila Isabel.

Na novela “O Clone”, as moradias eram casarões antigos no bairro de São Cristóvão: moradias seculares, com estrutura desgastadas pelo tempo, sem manutenção externa, porém limpas e arrumadas; no espaço interior existiam salas e quartos grandes. Em síntese, as hospedagens não comerciais foram os equipamentos predominantes nas novelas, o que pode acarretar ao imaginário do turista tradicional a ideia de não pernoite, com a viagem restrita à visita de alguns potenciais atrativos existentes no subúrbio.

No que se refere ao **Transporte**, registraram-se imagens de veículos padrão, como ônibus, vans, carro particular, táxi e trem. Ao longo dos capítulos de “Salve Jorge” e “A Força do Querer”, são apresentados os serviços de mototáxis nas comunidades e no subúrbio, uma vez que os transportes coletivos, como ônibus, trens e outros tipos de veículo (como os de caráter turísticos), não conseguem circular em becos e vielas. Além disso, por questão de segurança, os motoristas não arriscavam adentrar em favelas dirigidas pelo tráfico, conforme algumas novelas exemplificam. Nos trajetos de acesso ao subúrbio, não se observaram muitos problemas de trânsito, tais como congestionamentos, apesar de existirem evidências reais desse tipo de situação. Os locais de estacionamento de veículos concentravam-se nas ruas, ou em frente ao local a ser visitado, não possuindo normalmente estacionamentos particulares ou estacionamentos exclusivos para pessoas com deficiência, e estrutura de transporte público claramente adaptada para esse público.

Ambientada no bairro de São Cristóvão, a novela “O Clone” teve como principal meio de transporte o ônibus, ao lado de carros particulares, trens e serviço de táxis. Em “América”, os personagens utilizavam transportes tradicionais, como ônibus, táxi e carros; a novela “Salve Jorge” mostrou ainda o uso de teleférico no Complexo do Alemão, que atrai turistas e conta com 06 estações (Bonsucesso, Morro do Adeus, Morro da Baiana, Alemão, Itararé e Palmeira); uma das cenas da novela retratou a sensação de insegurança de um motorista de táxi ao percorrer o local. A novela “Travessia”, por sua vez, não destacou muitos elementos de transporte no subúrbio, apenas ônibus, táxi e carros particulares; além disso, não se identificou imagem referente às condições de trânsito e formas de estacionamento.

Constatou-se que o imaginário criado a partir dessas novelas refere-se às dificuldades de acesso dos moradores a determinados locais do subúrbio, como nas comunidades do Complexo do Alemão e do Morro do Boco (Figura 1). As condições de infraestrutura de transportes e a

estrutura espacial dos destinos são, de modo geral, elementos que afetam diretamente a mobilidade dos visitantes e, conseqüentemente, o consumo dos atrativos, impactando a qualidade da experiência turística (Prideaux, 2000; Dias, Silva & De Moraes, 2014).

Figura 1. Exemplos de moradias (Novela “América”) e transporte urbano (novela “Travessia”)



Fonte: Globoplay (2024).

A U.R. **Restauração e oferta alimentar** apresentou aspectos semelhantes nas 05 novelas selecionadas, destacando-se a gastronomia brasileira, o que pode contribuir para a formação de um imaginário turístico favorável à visitação. A novela “O Clone” trouxe a diversidade de locais de venda e consumo de alimentos, como por exemplo, as feiras livres, com barracas e vendas de carnes, queijos, frutas, legumes e hortaliças frescas. Porém, são alimentos que ficavam expostos, podendo ocasionar, a depender da abordagem, a ideia de falta de segurança alimentar (risco de contaminação).

O “Bar da Dona Jura” – núcleo que fez muito sucesso durante a exibição da referida novela –, representava um típico botequim de cardápio suburbano, apresentando uma diversidade de quitutes: pastéis, ovos coloridos, coxinha, bolinho de bacalhau e cerveja, além do tradicional prato feito (popularmente conhecido como PF – empratado popular para almoço), acompanhado de cerveja e cachaças. Por sua vez, a novela “América” exibiu a alimentação típica

de mercearias de bairro que comercializavam itens diversos, como coxinha, refrigerantes, sucos, conservas, verduras, frutas, doces, funcionando também como bares. Em “Salve Jorge”, a alimentação era realizada tanto em bares populares (semelhante à novela “O Clone”), quanto na rua e durante as comemorações familiares; o “Botequim do Clóvis” foi retratado como um ambiente simples, porém limpo, e servia comida popular; também eram comuns cenas que exibiam as festas populares nas lajes, com música, churrasquinho, cerveja e bolo; nesse contexto, destacou-se o personagem responsável pela agência de receptivo local (“Mirotur”), representando as visitas guiadas às comunidades.

Os aspectos gastronômicos sinalizam uma imagem positiva do suburbano (Figura 2), pois retratavam uma culinária simples e popular. Tal representação tende a direcionar a busca dos potenciais turistas por reproduzir ou vivenciar de forma única as experiências novelísticas no subúrbio carioca. Na visão de Garcia, Zottis e Bonho (2015, p. 69), a gastronomia típica adquire relevância não apenas por se constituir em um bem cultural, mas também por proporcionar no contexto turístico uma “importante inter-relação entre com a realidade visitada, ritos, valores e tradições locais.” Os autores afirmam ainda que diversos municípios buscam alternativas por meio da inserção em rotas gastronômicas, nas quais se evidenciam os traços culturais das regiões. A presença dos elementos gastronômicos nas produções audiovisuais auxilia na percepção dos visitantes sobre as particularidades da oferta cultural dos destinos, além das crenças, ritos, vestimentas e estilos de comportamentos a eles associados.

16

Figura 2. Feiras de rua em São Cristóvão na novela “O Clone” e churrasco na laje na obra “Salve Jorge”



Fonte: Globoplay (2024).

A U.R. **Segurança** foi apresentada de forma problemática nos cenários analisados, fato que pode criar um imaginário negativo em relação às visitas turísticas. A questão é vivenciada, por

exemplo, na novela “O Clone”, em que houve a cena de assalto em um estabelecimento, e em “Salve Jorge”, na qual se exibiram cenas de invasão policial, sequestro e assalto. A trama de “Travessia” também abordou situações de assalto e perseguição envolvendo alguns dos seus personagens no subúrbio. A novela “América” retratou o sequestro da personagem “Raíssa” - membro da alta sociedade carioca - na saída de um baile funk. Em contraponto, os capítulos também exibiram locais com infraestrutura adequada, com cenas de ruas iluminadas, especialmente no período noturno, ressaltando, assim, alguma sensação de segurança naqueles espaços.

A temática segurança de moradores e turistas é bastante caro para toda a cidade do Rio de Janeiro, entretanto, ao apresentar esse tema no subúrbio, as novelas criam contornos imaginários ainda mais preocupantes. Quando se trata e retrata áreas mais afastadas do centro e Zona Sul, a sensação de medo e insegurança é ainda mais evidente, porém são situações que nem sempre impedem as pessoas (aqui visitantes - normalmente parentes e amigos dos personagens) de se deslocar até esses locais, na busca por usufruir de momentos de lazer.

Aguiar, Martins e Cardoso (2003) consideram que a segurança é um elemento de hospitalidade e condição básica para a qualidade na receptividade dos destinos, sendo uma extensão dos serviços garantidos aos moradores. De acordo com os autores, a sensação de segurança está associada também a outros fatores, como a estabilidade política, social e econômica, oferta de produto turístico, infraestrutura adequada, entre outros. A ausência de segurança ocasiona conflitos, pois incide diretamente na integridade física, psicológica e econômica dos visitantes, prestadores de serviços e residentes (Grunewald, 2003; Morales; 2003; Braggio, 2007).

No tocante à U.C. 2- *Excitação e Aventura*, destacou-se a U.R. **Hospitalidade**. A novela “O Clone” enfatizou a “Dona Jura” como importante personagem do subúrbio, anfitriã que apresentava características hospitaleiras, recebendo a todos em seu bar de forma espontânea e alegre, com o bordão “é brincado, não!”, que fez bastante sucesso à época de exibição da novela. Já “América” demonstrou a hospitalidade através do convívio harmonioso entre os moradores e os visitantes. Em “Salve Jorge”, a hospitalidade foi amplamente retratada através de personagens e moradores da comunidade; em determinado momento da trama, um personagem abre uma agência de receptivo para receber os visitantes internacionais no Complexo do Alemão, porém, o serviço era realizado de forma irregular. O personagem “Miro”,

morador da comunidade, desempenhava as funções de guia de turismo sem credenciais, modo problemático analisado por Ramalho (2015).

Na obra “A Força do Querer”, o registro de hospitalidade apareceu mais fortemente nas festas/bailes da comunidade, comandadas pelo “dono do morro” (traficante) que recebia os seus convidados com *open bar*, camarote e pulseira “VIP”. Porém, evidenciou-se a presença de criminosos armados nesses eventos. Em “Travessia”, destacaram-se também algumas cenas que podem conduzir o imaginário sobre a hospitalidade turística: o garçom “Joel” do bar “Encanto da Vila” personificava a ideia de hospitalidade, representando a forma como os clientes - inclusive o público LGBTQIAPN+, eram acolhidos pela comunidade. O imaginário turístico criado por meio dessas cenas é de que os moradores são hospitaleiros (Figura 3), porém, são personagens que apresentavam caráter duvidoso, sendo por vezes perigosos, sem qualificação, desonestos, ilegais, maldosos, o que pode levar à percepção negativa da relação turistas/moradores.

Figura 3. Samba Bar da Dona Jura (“O Clone”) e Escola de Samba (“América”)



Fonte: Globoplay (2024).

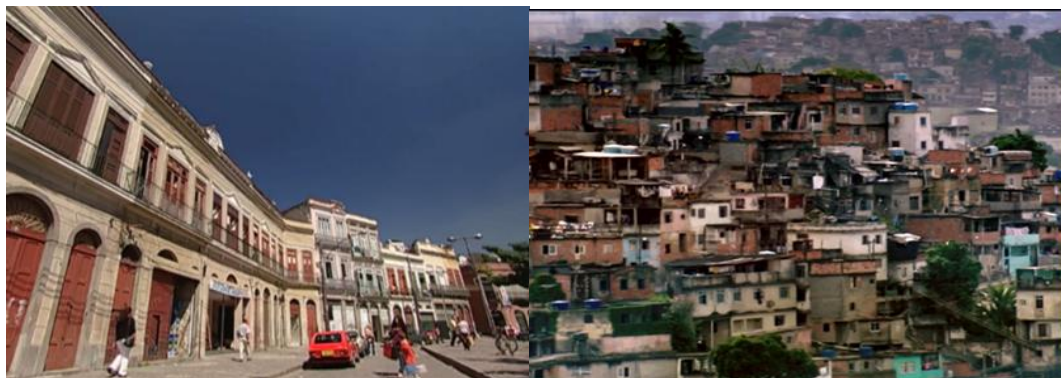
A hospitalidade no âmbito do turismo é associada a dois paradigmas: o econômico, que aborda a hospitalidade no sentido comercial, representada pelos equipamentos de hospedagem e alimentação; e o paradigma social, que se refere às relações estabelecidas entre os anfitriões e os visitantes e envolve aspectos como acolhimento, respeito e aceitação à diversidade étnica, sexual, religiosa, e o bem-receber associado à existência de uma infraestrutura urbana (Camargo, 2004; Lashley, 2015; Ávila & Baptista, 2021).

Na análise das **Paisagens**, categoria analisada na U.C. 3- *Meio Ambiente e Economia*, a novela “O Clone” enfatizou a densidade populacional no bairro de São Cristóvão; elementos como

vegetação, as praias e as ruas do entorno do subúrbio não foram exploradas e possivelmente não geraram grande impacto turístico, exceto o denominado “Piscinão de Ramos” (praia artificial bastante popular), que era mencionado pela personagem popular “Odete”. Já a novela “América”, exibiu a diversidade de paisagens, desde a vista da comunidade em Vila Isabel, com muita pobreza, passando pelos casarões antigos; porém, ruas e vielas não foram muito aproveitadas. A produção de “Salve Jorge” apresentou uma paisagem ampliada, panorâmica e real das comunidades com moradias irregulares, elevado número de unidades habitacionais e densidade populacional e desorganização urbana, com vista para o teleférico, também sem muito foco em paisagens naturais. Nas cenas analisadas, identificou-se algumas árvores e montanhas que também garantiram o visual cênico da “cidade maravilhosa” - moldura já explorada por empresas turísticas que levam pessoas a conhecer a comunidade e a paisagem de seus mirantes.

Compreendeu-se que as paisagens exibidas acarretaram um imaginário turístico de que cada localidade presente no subúrbio é única, uma mistura de paisagens urbanas e naturais, trazendo a sensação turística de se tratar de um local com oferta diversificada. Porém, em certas ocasiões, destacaram-se alguns problemas, como degradação ambiental e poluição visual; a presença de moradias irregulares, densidade populacional e a ausência de paisagens naturais (Figura 4).

Figura 4. Bairro suburbano na novela “O Clone” e vista do Mirante Novo Mundo, novela “América”



Fonte: Globoplay (2024).

No que se refere à U.C *Atrações/Atividades*, as novelas demonstraram a U.R. **Atividades de lazer** suburbanas de forma semelhante; em “O Clone”, os personagens circulavam frequentemente na Gafieira (salão popular de dança), que normalmente era frequentada à noite por jovens adultos e pela terceira idade. As partidas de futebol também foram retratadas pela produção,

além de algumas festividades anuais, como o carnaval - representativo da cultura do Rio de Janeiro. As festividades populares, como a virada de Ano Novo e o Natal também mereceram destaque; novamente o Piscinão de Ramos surgiu como cenário de forte apelo popular.

A novela América mostrou o baile funk como atrativo por meio da personagem “Raíssa”, ao tempo em que explorou a ideia de sensualidade das participantes dos bailes, com roupas curtas e sensuais e letras de duplo sentido; a gafieira foi novamente apresentada como costume nas novelas da Glória Perez. Apesar de pouco explorar o lazer no subúrbio, em “Travessia”, os elementos como roda de samba e o consumo de bebidas alcoólicas fizeram-se presentes. Em “A Força do Querer”, apesar da enorme ênfase dada às partidas de futebol e aos bailes funk, com camarote e *open bar* para os convidados do “dono do morro”, observou-se novamente a imagem de roda de samba, consumo de bebidas alcoólicas, como cervejas, vodkas, cachaça, a gafieira (dança de salão),”; os envolvidos com o tráfico de drogas e armas estavam comumente fazendo churrasco com pagode e cerveja nas denominadas lajes (Figura 5).

Figura 5. Cena da Gafieira (“O Clone”) e de baile Funk (“A Força do Querer”)



Fonte: Globoplay (2024).

Na dinâmica da visita turística, o imaginário construído diz respeito à facilidade de acesso ao lazer pelos moradores do subúrbio carioca, como destacado por Freire-Medeiros (2007). Porém, há ressalvas, pois existem restrições, como por exemplo, pessoas armadas em bailes funks e que passavam bastante a sensação de insegurança turística. Nesse contexto, o combate à criminalidade, o incentivo aos equipamentos e atividades de lazer, bem como a sua democratização às comunidades locais, são requisitos fundamentais para elevar a qualidade de vida dos moradores e, conseqüentemente, para que a atividade turística possa se desenvolver de forma equilibrada.

Na U.C 5 *Cultura e sociedade* (U.R. **Forma de vida local**), a vivência dos moradores do núcleo subúrbio foi apresentada de forma similar nas novelas analisadas (Figura 6); nas novelas “América” e “Salve Jorge”, as protagonistas “Sol” e “Morena” (respectivamente desejava morar nos Estados Unidos/Turquia para conquistar melhores condições de vida, retratando certa falta de perspectiva local e a problemática da imigração/ tráfico de mulheres. As novelas “A Força do Querer” e “Salve Jorge” enfatizaram a convivência cotidiana de pessoas cooptadas pelo tráfico de drogas (distribuidor, comprador, segurança dos moradores, comércio, assassinos profissionais, milícia), destacando-se a personagem “Bibi”, protagonista de “A Força do Querer”.

21

Figura 6. Vivências dos moradores nas novelas “América” e Salve Jorge”

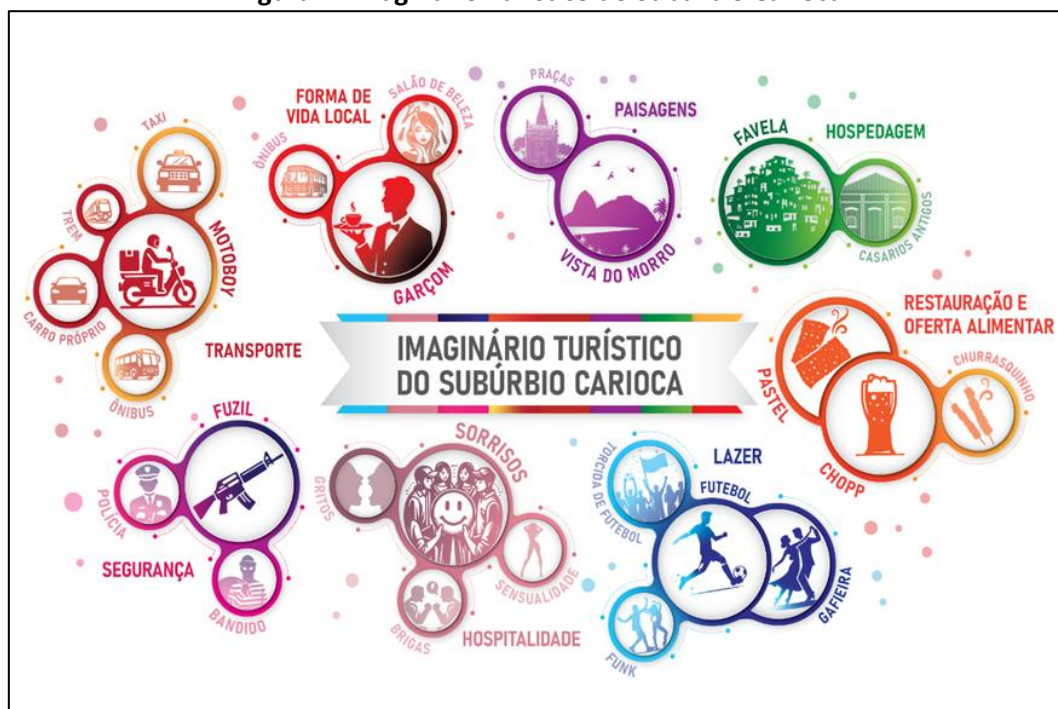


Fonte: Globoplay (2024).

As cenas retratadas nos capítulos analisados corroboram os argumentos de Dutra, Faria e Miranda (2015) de que as telenovelas configuram vitrines da sociedade do consumo, ao demonstrar os padrões de vida dos personagens apresentados, alimentando, assim, o imaginário da população, com viagens a lugares paradisíacos, com o exotismo de determinadas culturas e com o envolvimento do cotidiano desses locais. Diante da análise das cenas retratadas nas produções televisivas, construiu-se uma imagem síntese que ilustra as principais marcas relativas a cada uma das U.R (Figura 7). Cada elemento foi assumido como grande referencial

imagético e impulsionador do imaginário turístico do subúrbio carioca no século XXI acionado pelas novelas de Glória Perez.

Figura 7. Imaginário Turístico do Subúrbio Carioca



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Os elementos retratados mostram a forma como o subúrbio foi apresentado em diversos contextos nas novelas nacionais e, principalmente, expressam, assim como as demais produções do audiovisual, “[...] o “direito de *contar* suas histórias e descobrir/recriar nelas - nos relatos que as fazem local e mundialmente reconhecíveis - sua identidade plural” (Martín-Barbero & Rey, 2004, p.18). Os aspectos com maior destaque foram os mais recorrentes e evocados nas novelas analisadas. Trata-se, portanto, de uma periferia imersa em muitos problemas socioespaciais, porém, com diversos potenciais e realidades turísticas que fazem do subúrbio um território importante do Rio de Janeiro, inclusive para o turismo. As análises de Freire-Medeiros (2009), por exemplo, versam sobre esse tema e fortalecem a ideia desse subúrbio e favelas com problemas, porém, agregadores de potencialidades turísticas. E essa pesquisa endossa esse olhar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das obras analisadas foi possível observar que o imaginário turístico sinalizado evoca diversas imagens positivas e negativas. Mesmo o turismo não sendo o foco dessas obras novelísticas, as imagens emolduradas e os imaginários construídos a partir dela podem endossar reducionismos e preconceitos, mas também enfatizar traços que despertam o interesse turístico. Em diversos momentos, a utilização de cenários reais do subúrbio carioca promove uma aproximação que possui o potencial de repelir ou agregar valor às representações turísticas da região. Nas telenovelas de Glória Perez, o subúrbio é apresentado como parte integrante do enredo, compondo a narrativa sem ocupar, na maioria das vezes, o posto de cenário principal. Entretanto, o conteúdo desses “núcleos” é fruto de pesquisas que comprometem a retratar fidedignamente as vivências e a cultura local.

Ao longo da pesquisa contextualizou-se historicamente o turismo no subúrbio carioca, demonstrando os avanços no processo de diversificação da oferta turística da cidade do Rio de Janeiro, deixando de ser concentrado na zona sul, o Cristo Redentor, Pão de Açúcar, Leblon, Copacabana, expandido para o subúrbio e as favelas (e sua cultura, arquitetura e natureza). A aparição do subúrbio nas novelas configura instrumento de difusão de um imaginário turístico múltiplo do Rio de Janeiro, mesmo considerando que também recai sobre ele aspectos negativos que formam, muitas vezes, um imaginário preocupante do território (falta de infraestrutura, falta de segurança, violência e drogas).

Com relação ao alcance da pesquisa, esta atingiu os objetivos propostos, ao abordar questões importantes do imaginário turístico do subúrbio através das telenovelas, porém, se reconhece a necessidade da realização de pesquisas futuras, com ênfase em outros registros que possam colaborar com a criação do imaginário turístico do subúrbio, como por exemplo, as séries, os filmes, os cliques musicais e a literatura.

REFERÊNCIAS

- Agapito, D., Valle, P., & Mendes, J. (2013). The cognitive-affective-conative model of destination image: A confirmatory analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5), 471-481.
- Aguiar, M. F; Martins, J. C. O., & Cardoso, G. P. (2003). Reflexões sobre a Hospitalidade no Contexto Turístico. *Turismo Visão e Ação*, 5(3), 303-319.
- Augé, M. (1998). *A Sense for the Other: the timeliness and relevance of anthropology*. S.I: Stanford University Press.

- Ávila, N. F. de, & Baptista, M. L. C. (2021). A Cidade como Trama de Olhares na Construção de Destinos Turísticos: Permeando a Busca de Hospitalidade Urbana. São Luiz Gonzaga, RS, Brasil. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo E Hospitalidade*, 13(4), 1027-1049.
- Bezerra, L. T. (2013). *Turismo e favela: a influência do imaginário para o consumo da comunidade Santa Marta/Rio de Janeiro*. Monografia do curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil.
- Braggio, L. A. (2007). *Turismo e Segurança Pública*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Itajaí. Santa Catarina.
- Bruno, V. M. (2013). *Turismo em favelas: reflexões sobre a turistificação de comunidades excluídas na cidade do rio de janeiro*. Curso de Geografia, Universidade de Brasília (TCC (Graduação)).
- Borges, V. L. B., & Bellagamba, C. F. B. (2014). O turismo na cidade do Rio de Janeiro: história e humor nas revistas ilustradas da década de 1920. *Revista Cenário*, [S.L.], 2(3), 31-46.
- Camargo, L.O.L. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Castro, C. (2001). A Natureza Turística do Rio de Janeiro. Banducci JR, A., & Barreto, M. (Orgs.). *Turismo e identidade local. Uma visão antropológica*. Editora Papirus. Campinas, SP.
- Castro, C. (2006). Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. Velho, G. (Org). *Antropologia urbana*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Costa, A. D., & Garcia. K. G. S. (2018). Imagens Turísticas da Cidade do Rio de Janeiro nas Três Primeiras Décadas do Século XX: uma viagem através de guias, mapas e das crônicas de viagem em *Aguafuertes Cariocas*. *Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET*, Juiz de Fora, (8)1, 39-52.
- Dias, R., & Cassar, M. (2005). Fundamentos do marketing turístico. [S.I]: Editora Pearson.
- Dias, J. A., Silva, L. M. C., & De Moraes, T. C. (2014). Urban Mobility to Improve the Center of a Brazilian Historic Town. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, v.160,170-177.
- Domingues, A. (2020). Subúrbios e (sub) urbanos: o mal-estar da periferia ou a mistificação dos conceitos. *Geografia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, v. 11.
- Dutra, F. L., Faria, D. M.C., & Miranda, I. P. (2015). Cultura e Relações Internacionais: a influência das telenovelas no turismo emissor brasileiro. *Revista Turismo em Análise*, 26(2), 385-402.
- Estanislau, J. (2024). *Turismo de quebradas é caminho para valorização das periferias*. Recuperado de <<https://jornal.usp.br/radio-usp/turismo-de-quebradas-e-caminho-para-valorizacao-das-periferias>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

- Fernandes, N. da N. (2011). *O Rapto Ideológico da Categoria Subúrbio: Rio de Janeiro 1858/1945*. Rio de Janeiro: Apicuri.
- Ferreira, A. (2009), Favelas no Rio de Janeiro: nascimento, expansão, remoção e, agora, exclusão através de muros. *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, Vol. XIV, nº 828.
- Freire-Medeiros, B. (2007). A favela que se vê e que se vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, [S.L.], 22 (65), 61-72.
- Freire-Medeiros, B. (2009). *Gringo na laje: produção, circulação e consumo da favela turística*. [S.l.]: Fgv Editora.
- Garcia, R. K. O., Zottis, A. M., & Bonho, D. V. (2015). A gastronomia e seu uso turístico: a contribuição do projeto de extensão “Turismo e gastronomia: unindo sabores e saberes” para a valorização do patrimônio cultural imaterial. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, Novo Hamburgo, 12 (2), 67-82.
- Gastal, S. (2005). *Turismo, imagens e imaginários*. São Paulo, Aleph.
- Gomes, C. L., Campos, J. L., & Pereira, J.K.C. (2022). Produções audiovisuais mineiras sob as lentes do turismo. Gomes, C. L., & Perinotto, A.R.C. (Orgs.). *Lazer, Turismo e Audiovisual*. Campinas: Mercado das Letras, 45-66.
- Graburn, N., & Gravari-Barbas, M. (2011) Introduction au numéro thématique “Imagined Landscapes of Tourism”. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(3) 159-166.
- Grunewald, L. (2003). Seguridad Turística. Dossiê de Seguridad Turística. *Revista On Line Marketing e Turismo*.
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Promoting destinations via film tourism: an empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of Travel Research*, 44 (4), 387-396.
- Kalaoum, F., & Fogaça, I. de F. (2020). Favela: produto cultural e turístico do rio de janeiro (rj)? *Revista Territorialidades*, [S.L.], 1 (1), 94-110.
- Kotler, P. (2006). *Marketing de lugares*. São Paulo, Prentice-Hall.
- Lashley, C. (2015). *Hospitalidade e Hospitalidade*. Revista Hospitalidade. V. 12. Edição especial. Maio.
- Lopes, M. I. V. (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*. v. 26, Jan./abr.

- Machado, M. de B. T. (2008). *A modernidade no Rio de Janeiro: construção de um cenário para o turismo*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.
- Martín-Barbero, J.; Rey, G. (2004). *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2.ed. São Paulo: Editora Senac.
- Moesch, M. M., & Santos, Q. B. V. (2024). O turismo na periferia como processo de construção de lugares de memória: um estudo sobre São Sebastião-DF. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, [S.L.], 11(2), 1-13.
- Moraes, C. M. dos S. (2017). *Favelas ecológicas: passado, presente e futuro da favela turística*. Tese (Doutorado) - Curso de História, Política e Bens Culturais, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.
- Novaes, R. C. R. (2013). Quatro jovens, quatro trajetórias. *Caderno Globo Universidade*.
- O'Donnell, J. (2013). *Uma Copacabana para o mundo: a década de 1920 e a invenção do Rio atlântico*. Castro, C., Guimaraes, V. L., & Magalhães, A. M. (Orgs). *História do Turismo no Brasil*. Editora FGV.
- Pereira, P. L. F. (2024). Close up em Fortaleza - CE: estudo sobre imagem/imaginário turístico por meio da produção cinematográfica (século XXI). (Trabalho de Graduação em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Curso de Turismo, Natal.
- Phillips, Tom. Brazil - Brasil - BRAZZIL - News from Brazil (2023). Favela: the Glamourization of the Ghetto. *Brazilian Poverty*, Recuperado de [Link](#)
- Perrotta, I. V. (2004). *Da garota de Ipanema ao menino do Rio*. PUC. Rio de Janeiro.
- Pimentel, M. E M. (2012). A casa brasileira e os meios de hospedagem: memória social e depósitos de modernidade. Tese de Doutorado (Doutorado em Memória Social). Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Memória Social, Rio de Janeiro.
- Pires, A. P. (2008). Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico. Poupart, J. et al. *A pesquisa qualitativa. Enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 154-211.
- Pratt, S., & Liu, S. X. (2019). The Downton Abbey Effect in Film-Induced Tourism: An Empirical Examination of TV Drama-Induced Tourism Motivation at Heritage Attractions. *Tourism Analysis*, 24(4), 1-40.

- Prideaux, B. (2000) The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21 (1), 53-63.
- Ramalho, A. M. de M. (2015). *O Rio de Janeiro no horário nobre: a representação da cidade nas novelas da Globo*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Ribeiro, R. C. B. (2016). Rizomas suburbanos: possíveis ressignificações do topônimo subúrbio carioca através dos afetos. Rio de Janeiro: UFRJ/FAU.
- Rocha, D. A., & Gonçalves. R. (2022). História e memória de Guadalupe, um bairro do subúrbio carioca. Das explosões do paiol às intervenções da Fundação da Casa Popular. Rio de Janeiro, (Tese de Doutorado – Departamento de Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro).
- Santana, L. D.; Gosling, M. de S. (2017), Imagem de destino turístico: proposição de modelo hipotético. *R. Adm. FACES Journal*, Belo Horizonte, 16 (3), 8-29.
- Silva, J. M. da. (2006). As tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina.
- Silva, F. F., Bezerra, L. T., & Nóbrega, W. R. de Mendonça (2019). Imagem e Imaginário como componentes da construção da Experiência Turística do viajante. *Caderno Virtual de Turismo*, [S.L.], 19 (2), 1-15.
- Stocco, D. (2009). A presença da cidade do Rio de Janeiro nas “novelas das oito” de 1982 a 2008. *Revista Online do Grupo Pesquisa em Cinema e Literatura*, São Paulo, 1(6), 205-220.
- Tondato, M. P. (2022). Viajando com a telenovela: o turismo ficcional como ampliação de universos simbólicos e materiais. *COMUNICACIÓN. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, [S. l.], 1 (10), 1031-1046.
- Venegas, H. (2011). O turismo e o Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XX. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História*, São Paulo.