

TURISMO E ESPACIALIDADE

PEDRO P. GEIGER

O TURISMO de massa é fenômeno relativamente recente, tem início após a Segunda Grande Guerra. Ele se caracteriza, hoje, pelo elevado número de pessoas, de quase todos os povos, viajando; pela quantidade de pessoas empregadas no setor e pelo movimento financeiro que envolve; pela abrangência geográfica do movimento, o turismo alcançando todos os lugares da Terra, e pelo envolvimento das administrações públicas no processo. Em 1994, 340 milhões de pessoas realizaram viagens aéreas, embora nem todas possam ser incluídas na categoria turismo. O número de pessoas empregadas no setor viagens e turismo, no Mundo, é em torno de 212 milhões, participando de um movimento de 3 trilhões e 400 bilhões de dólares. O turismo procura, desde as chamadas cidades mundiais, a ilhas perdidas nos oceanos.

Mais recentemente, se iniciou a multiplicação de estudos acadêmicos sobre esta atividade, a maioria sobre os aspectos geográficos dos lugares-alvo do turismo, modalidades de turismo, a distribuição do turismo por regiões, a distribuição geográfica da economia do turismo etc.

↗ O nosso propósito, com este trabalho, é refletir sobre o turismo de massa, que só aparece num dado momento histórico, como expressão da crescente espacialidade do homem, de sua mobilidade no espaço geográfico. Refletir sobre as motivações que levam ao “espaço vivido” pelos turistas, para utilizar a expressão de Henri Lefebvre (1972) e sobre as condições geopolíticas, não apenas as tecnológicas, que permitiram o desenvolvimento das atuais características do turismo.

Mudanças históricas

Entre os historiadores, existe o rótulo de “os mil quinhentistas”, aplicado a uma corrente que considera o Espaço/Mundo como uma formação decor-

rente do processo iniciado com os grandes descobrimentos, a partir do século XVI (Bergsen, 1994). Outra corrente considera o Espaço/Mundo presente desde o passado remoto, as articulações de caráter comercial, ou político/militar, tendo abrangido, sempre, todos os pontos da Terra, embora com menores densidades e fluxos menos intensos ou contínuos que os atuais. Mesmo quanto ao Novo Continente, os nórdicos teriam bordejado a sua costa atlântica antes de Colombo, como teria havido contato entre a Polinésia e a costa pacífica da América do Sul.

No entanto, é inegável que é a partir do século XVI, com o avanço na tecnologia no transporte marítimo, que a Europa vai se tornando o núcleo central do Espaço/Mundo, imprimindo novas formas nas relações entre povos, e explicitando a esfericidade do planeta Terra. E que é a partir daí que o progresso técnico-científico passa a se acelerar de forma contínua, ampliando o ecúmeno, e, contraditoriamente, "encolhendo" o Globo.

ESPAÇO
HABITADO → O progresso constante e acelerado, contudo, não se faz em movimento uniforme, apresenta surtos. Um deles se inicia justamente após a Segunda Grande Guerra, e é no seu contexto que se inicia o turismo de massa. Na verdade, todos os movimentos de população tomam novas formas. Nas primeiras décadas do século, um migrante que saísse da Europa para "fazer a América", passaria dez a catorze dias num navio; suas ligações com o país de origem ficariam muito fracas e distantes, as comunicações com parentes e amigos, por carta, também levariam de catorze a vinte e um dias, em cada sentido. Hoje, o migrante brasileiro que procura Miami, Portugal, ou Japão, viaja de avião, gasta no máximo um dia, tem DDD para se comunicar com parentes e amigos, instantaneamente, e, no Natal, procura passar férias no Brasil. Para muitos, a migração é encarada como um deslocamento para um período curto, ou médio, de alguns anos.

Por outro lado, as atuais condições tecnológicas são favoráveis a políticas de empresas da globalização, as multinacionais e transnacionais, quando deslocam executivos e profissionais de um país para outro, bem como de instituições políticas ou financeiras internacionais, que fazem o mesmo. Nesses casos, os deslocamentos também são de curto ou médio prazo.

Essas populações, em suas viagens de férias, engrossam os deslocamentos geográficos que se assemelham, de certo modo, ao turismo.

Em geral, são os migrantes muito pobres, os que abandonam, por muito tempo, ou para sempre, seu país de origem. Contudo, as condições gerais do espaço geográfico contemporâneo parecem favorecer maior permanência das características culturais originais, mesmo entre estes migrantes, uma vez que, anteriormente, eles já vinham participando de homogeneizações proporcionadas pela globalização.

É neste quadro geográfico, onde populações de origem comum, localizadas em diferentes pontos da Terra, se articulam para relações culturais, econômico-financeiras, ou políticas, que se dá um novo significado para a antiga palavra “tribo” (Kotkin, 1992).

O turismo de massa dá força às novas tribos e as novas tribos participam no incremento do turismo. Os turistas brasileiros que preferem a Rua 46 para suas compras em Nova York servem para que não só o lojista brasileiro, ou seu empregado brasileiro, mantenham sua identidade brasileira, mas também para que o filho do lojista, nascido nos Estados Unidos, e que já trabalha na loja, passe a pertencer à “tribo”. E os membros de uma tribo tendem a visitar o lugar de origem.

Motivações

As abordagens que tratam do incremento da mobilidade dos homens geralmente voltam seu interesse para os quadros de fundo de instâncias econômicas, ou político-militares, como as motivadoras do movimento.

Sem dúvida que razões econômicas, ou políticas, viabilizaram explorações, como as de Colombo, Magalhães ou Scott. No entanto, há a considerar as motivações pessoais desses personagens e as motivações dos que os financiam. As motivações de Colombo não são as mesmas dos reis católicos, embora, sabendo-as, ele as tenha utilizado na argumentação. Desse modo, se compreenderá a necessidade do “encontro”, entre motivações diversas, para que certos fatos se realizem, e da importância que a “micropolítica” pode alcançar, em face da “macropolítica” (Foucault). Explicitando, o interesse pelo conhecimento, motivação para Colombo, guia o comportamento do indivíduo, é micropolítica. Financiá-lo, faz parte de um projeto imperial, é parte de um processo de macropolítica.

Do mesmo modo, não se pode imputar o turismo, simplesmente, ao interesse econômico do sistema que vive dele, sem considerar as motivações mais profundas do homem que se move.

Nesse sentido, as motivações externalizadas variarão muito de turista para turista. Contudo, na consciência filosófica, Heidegger pode reduzir os homens a duas categorias, os do *sein* e os do *dasein* (Heidegger, apud Merquior, 1969). Para os que experimentam, de forma mais profunda, o ser filosófico que é o homem, e refletem sobre sua qualidade de ser consciente e histórico, é possível considerar que, nas presentes condições sociopolíticas e técnicas, maior número de pessoas experimenta a faculdade de se movimentar, que o homem tem, vivenciando ao mesmo tempo o significado do

espaço e a questão do “momento”, pelo qual posições no espaço e tempos diferentes se associam.

É uma questão de “momento”, para o astronauta que se encontra na Lua, e observa a Terra na sua totalidade, vivenciar o Mundo, como o existente, abstraindo seus lugares. Num outro instante, de volta à Terra, ele pode vivenciar o lugar em que se encontra, e abstrair o Mundo.

O turismo, pode ter portanto, em sua profundidade, o desejo da vivência do espaço e de conhecimentos a ele associados. Uma prática sobre a tradição dialética, entre o “aqui e agora” e a “totalidade e o sempre”, da continuidade e descontinuidade, através da mobilidade no espaço. Afinal movimento é justamente isto, “estou aqui e não estou aqui”. Nesses termos, de certo modo, e em certa medida, o turismo expressaria a massificação de comportamentos de antigos exploradores.

O primeiro ato do turista é o de se “desenraizar”, que seja por “momentos”, do local onde vive regularmente, ou rotineiramente. Ao passar por outros lugares, injeta “tolerância e cosmopolitismo, e os gozos de cidadania mundial” (Iyer, 1995). Os ricos chegam a reproduzir a circunavegação, em cruzeiros marítimos de luxo. O turista se identifica com outros lugares, ou países, passa por instantes de “internacionalismo”, quando se solidariza com a população do país hospedeiro, ou com turistas de outras nacionalidades, que encontra. É “universalista” quando visita monumentos e museus, que afinal são patrimônio de toda a humanidade. Para “prender” aqueles momentos, fixá-los, arma-se com a “câmera”, instrumento necessário para evitar o escape daqueles instantes, para sempre, a coleção de fotos provando a realidade do Mundo.

Uma elegia ao turismo?

Tenho insistido na necessidade de evitarmos os maniqueísmos, na avaliação de temas, como sobre a mídia, a globalização, e outros. Para cada tema, torna-se necessário, e isso se aplica ao turismo, estudar e analisar os seus diversos aspectos, identificar formas de alienação e de elevação da conscientização.

Como todas as instâncias, o turismo revela formas de alienação e de não-alienação. Se a não-alienação pode manifestar-se na superação do confinamento e do cotidiano, contudo a alienação pode estar presente, na forma de simples fuga de problemas que se apresentam nos lugares e no cotidiano, quando a alma humana também necessita de raízes. Como diz Iyer, o “encolhimento das distâncias no espaço pode nos cegar, quanto às distâncias mais significativas que continuam... as diferenças em valores e assunções”. E lembra o autor as palavras do monge Hugo de St.-Victor, há oito séculos, “o homem que acha o lugar em que mora doce, é ainda um

tenro, inocente; aquele, para o qual, cada solo é, como se fosse o seu nativo, já é um forte; mas, o perfeito, é para quem todo o Mundo é uma terra estrangeira”.

↘ A geopolítica

Evidentemente que o turismo passou a ser objeto de interesses econômicos de todo um sistema, que inclui agências de viagem, empresas aéreas, hotéis, e governos, desde os centrais, aos locais, aos quais se associam outros diversos setores, como artesanatos, lojas de *souvenirs*, certos setores culturais etc. Todos incentivam, sugestionam, utilizam a mídia. Por isso, muitos observam a atual dimensão do turismo, como sendo apenas o fruto da influência da propaganda e consideram a atividade como pertencente ao setor econômico.

O deslocamento de pessoas, em número considerável, para o lazer, começou a se desenvolver no século 19, quando se aprimoraram os transportes de navios a vapor e estradas de ferro. Comentando a obra de Edward W. Said, *Cultura e Imperialismo*, Emir Sader cita a procura dos encantos e enigmas dos países periféricos, como parte da ideologia colonial (Sader, 1995). Grande número de turistas visitando os países colonizados eram provenientes das respectivas metrópoles.

Até a Segunda Guerra Mundial, a *Pax Britannica* baliza uma ordem de Impérios Coloniais. Já tive ocasião de mostrar a formação, ou conservação, ou ampliação, destes impérios, mesmo depois da independência dos países americanos, como contingência da geografia européia: o desenvolvimento do capitalismo industrial na Europa, se dá a partir de diversos centros nacionais, de modo que a expansão de cada um encontrou logo as fronteiras nacionais dos rivais. Uma saída foi a procura do domínio político-econômico de espaços geográficos extracontinentais, as colônias garantindo o suprimento de matérias-primas, e se tornando o mercado cativo para os produtos manufaturados da metrópole. Ofereciam também pontos estratégicos da caráter militar, para a luta por hegemonias.

A ideologia nazista continha, em seus ingredientes, justamente a idéia de estabelecer o regime colonial na própria Europa, ao se propor anexar à Alemanha a Ucrânia e outras regiões da antiga União Soviética, em nome do *Lebensraum*, o “espaço vital”.

Nos Estados Unidos, o capitalismo industrial forja um novo modelo, de mercado nacional de vastidão continental, onde a falta de fronteiras nacionais, de costa a costa, leva a mobilidade a um nível não visto anteriormente. A antiga União Soviética tentou reproduzir um Estado industrial de mesma

dimensão, mas o deslocamento das pessoas, mesmo no seu interior, não era livre.

Portanto, o capitalismo americano toma novas formas, se apresenta como uma transição em face do capitalismo europeu, que não cabe aqui discutir. Só quero apontar o fato de se ter tornado o capitalismo das grandes rodovias, do automóvel, de novas vivências de espacialidade, que serviram ao desenvolvimento de fortes movimentos de turismo interno e, depois, internacional. Quero apontar também para o fato de o capitalismo americano se ter orientado para a descolonização política. A *Pax Americana* é a ordem da descolonização e é este capitalismo, que necessita das fronteiras mais abertas, que apresenta um mosaico mundial de cerca de duzentos países independentes, que vai prevalecer no pós-Guerra.

Esta descolonização permitiu que os novos países independentes também procurassem auferir dos ganhos financeiros proporcionados pela indústria do turismo, a indústria "sem chaminés". Desse modo, o turismo foi ocupando todos os espaços geográficos do planeta, uma de suas características atuais. Esse processo teve como suporte a informatização, que tira qualquer lugar da Terra (e do espaço extraterrestre) do isolamento.

Seja pela mobilidade assumida no interior dos Estados Unidos, associada à difusão da cultura do automóvel, seja pela "nostalgia" dos migrantes pelo "velho continente", e passada para os descendentes, pelas terras de origem, e por mais outras razões, associadas a níveis de vida, padrões comportamentais, o fato é que os americanos foram a vanguarda do turismo de massa. Após a Segunda Guerra, o fato de os americanos terem combatido praticamente em todos os cantos da terra, na Europa, na África, na Ásia, tendo estabelecido base até mesmo em Natal, e tendo assumido a posição de potência hegemônica mundial, contribuiu para que, durante alguns anos, o turista americano dominasse a cena por toda a parte. Hoje, praticamente todos os povos participam desse movimento.

As associações

O turismo se identifica como uma atividade de lazer. No entanto, cada vez mais as pessoas misturam os momentos de lazer, procurados na viagem de turismo, com momentos em que praticam outras atividades. Não só isto, como é comum a outra atividade comandar a viagem, e ela ser aproveitada para momentos de lazer. É o comportamento de número crescente de pessoas que viajam para realizar compras, para seu consumo, ou para negócios, caso de "sacoleiros" brasileiros que viajam para Nova York, Miami, ou Assunção; para participar de conferências, ou cursos. Os países do Cen-

tro oferecem quantidades de cursos de curta duração, no verão boreal, que são associados ao turismo.

É interessante salientar movimentos de massa com características do turismo, associados a motivações ideológicas. Aliás esse tipo de deslocamento é muito antigo. Se formos considerá-lo como turismo, então o turismo de massa não é fenômeno recente. É o caso, por exemplo, dos deslocamentos para Meca. Numa de suas epístolas, São Paulo menciona viagens periódicas dos judeus espalhados em torno do Mediterrâneo, para Israel, para festejos religiosos. O padrão dessas últimas não é muito diferente das que se observam hoje, apenas sendo realizadas de avião, e de distâncias muito maiores, desde as Américas. Também diferentemente, hoje, os viajantes têm consciência que fazem turismo, e assumem sua prática, associada a uma motivação político-religiosa.

Um aspecto do turismo contemporâneo se refere a associações com a migração. Viagens repetidas de turistas podem se tornar o prelúdio de realizações de negócios no país visitado, seguidas de migração, legal, ou ilegal, permanente ou por temporadas. Um aspecto particular deste padrão é a associação com transações financeiras e movimentação de valores, de um país para outro.

Para terminar, volto a lembrar o reforço que o turismo pode dar a comportamentos que alguns autores identificam como nova forma de constituir tribos. Como disse, o significado renovado do termo se aplica a populações de origem comum, geograficamente dispersas, que desenvolvem entre si articulações específicas, de caráter financeiro, econômico, cultural, político. O turismo passa a ser utilizado como um dos instrumentos dessas articulações.

Bibliografia

- Bergsen, A. Pre Versus Post 1500ers, *Comparative Civilizations Review*, 30:81-90. ISCS, Spring, 1994.
- Foucault, M. *Power/Knowledge; Selected Interviews and Other Writings, 1927-1977*. Traduzido do francês, New York: Vintage Books.
- Iyer, P. Caution: Road Hazards, *Time*, 23, June 12, 1995.
- Kotkin, J. *Tribes*. New York: Random House, 1992.
- Lefebvre, H. *La production de l'espace*. Paris: Anthropos, 1972.
- Merquior, J. G. *Arte e sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- O Novo Testamento*.
- Sader, E. Os bárbaros pelos olhos do Ocidente, *O Globo*, 10/7/95.