ESPAÇO TURÍSTICO: ENTRE A IMERSÃO E A CENARIZAÇÃO

Adriano Bittencourt Andrade

Doutor pela Universidade Federal da Bahia
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
abittandrade@hotmail.com

Recebido 3 de dezembro de 2011, aceito 9 de maio de 2012.

Resumo - Esse artigo apresenta uma série de reflexões acerca da produção do espaço. Parte do pressuposto que o chamado espaço turístico é uma redução explicativa da totalidade que é o espaço geográfico, reflexo e condicionante das relações sociais. Na nossa contemporaneidade algumas variáveis levaram a uma contínua massificação do turismo que, para além dos interesses individuais do cidadão turista, ganhou uma dimensão econômica fundamental para cidades, regiões e países. A turistificação de espaços em busca desses fluxos massificados de turistas clientes/consumidores maquia espaços transformando-os em simulacros do real a partir de mitificações e cenarizações que atendem aos interesses dos agentes de produção hegemônicos na estruturação desses territórios do turismo. Em contra partida, esse artigo traz como forma alternativa de se fazer turismo, uma atividade de imersão cultural. Muda-se a relação com o espaço e, conseqüentemente, o significado da vivência a partir de uma experiência mais autêntica com o desconhecido.

Palavras chave: Turismo. Espaço turístico. Imersão cultural. Massificação do turismo. Agentes de produção.

Abstract - This article presents a series of reflections on the production of the space. It comes with the idea that the tourist space is an explanation reduction of the totality which is the geographic space, reflect and conditionals of the social affairs. In our contemporaneity time some carried on in a continuous massification of the tourism that,

far from the individual interests of the tourist citizen, gained a economical dimension fundamental to the cities, regions and countries. The tourism visibility of the spaces in search of these massive fluxes of tourists (clients/consumers) hide the spaces turn them on imitations of the real mythification and multiple scenarios that run to the interests of the hegemonious agents of the production in building the structure of these territories of the tourism. On the other hand, this article brings about as an alternative form in making tourism a cultural immersion activity. It changes the relation with the space, and consequently, the meaning of the living from a more authentic experience with the unknown.

Key words: Tourism. Space of tourism. Cultural Immersion. Massive tourism. Agents of production.

Os números do nosso tempo, ainda que simplesmente apresentados como notícias frias, são deveras assustadores: fusões bilionárias de empresas, milhares de mortes decorrentes de “fenômenos naturais”, nível de exclusão que atinge a massa de pobres urbanos em países periféricos e outros dados que, de tantos dígitos, tornam-se incompreensíveis para a maioria dos cidadãos. Para esse artigo, há um grupo específico de números da nossa contemporaneidade que interessa: os relacionados à circulação de pessoas pelo globo.

Dados recentes sobre o turismo mundial e brasileiro impressionam: um sítio de informações da internet constata que, em 2007, “a Europa encabeça[va] a lista das entradas de turistas com 455 milhões de pessoas que geraram rendimentos de U\$377,6 bilhões” (BRASILTURISMO, 18out2011); para os Estados Unidos, a mesma fonte indica que foram, naquele ano, 51,1 milhões de turistas. Uma previsão da Organização Mundial de Turismo (OMT ou, em inglês,

WTO) projeta que “as chegadas de turistas internacionais alcançarão os 1.800 milhões em 2030” (WTO, 18out2011). A mesma OMT, segundo dados do Ministério do Turismo no Brasil (18out2011) informa que, “entre 2000 e 2008, as viagens internacionais cresceram 4,2% ao ano, alcançando o total de 922 milhões de turista em 2008 [eram 536 milhões em 1995], gerando uma renda de aproximadamente US\$5 trilhões”. Para o Brasil, os números, ainda que comparativamente menores que diversos outros destinos mundiais, são também significativos: em 2009, foram 6.510.953 passageiros que desembarcaram em voos internacionais nos nossos aeroportos; o movimento interno foi exponencialmente superior, chegando ao número de 54.024.144 desembarques. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 18out2011).

Essa massificação do turismo viabilizada, dentre outras coisas, pelo amplo acesso às tecnologias de informação e transportes permite que milhares de pessoas cruzem os mais diversos espaços do planeta na atualidade. Apesar de todas as ranhuras que há nos fluxos de pessoas, ele efetivamente se massificou e globalizou. Grande monta desse turismo massificado se dá para destinos maquiados, “cenários desejados” (ícones turísticos já conhecidos pelos turistas antes mesmo da fotografia *in loco*) onde se visita o esperado em espaços saneados e seguros e, num curto período, tem-se a impressão que se conheceu o lugar.

O estímulo à escrita deste texto surgiu exatamente de uma experiência contrária a esse padrão de turismo *estandardizado*¹. Depois de diversos olhares a espaços maquiados para o uso turístico, verdadeiros cenários construídos como

¹ Termo utilizado por Rodrigues (2001, p.28), como “expressão do turismo massivo”.

fator de atração espacial a um fluxo de turistas/consumidores, tive a possibilidade de participar de uma viagem de imersão cultural² no interior dos Estados Unidos. As vivências nessa atividade, coadunadas com as leituras e experiências anteriores, levaram a reflexões acerca da produção do espaço voltado para o consumo turístico e da própria prática como uma atividade que, originalmente, expunha o viajante ao novo e está definitivamente “corrompida” pela força do capital, como constatou Ana Fani Alessandri Carlos ao escrever que:

O lazer na sociedade moderna também muda de sentido, de atividade espontânea, busca do original como parte do cotidiano, passa a ser cooptado pelo desenvolvimento da sociedade de consumo que tudo que toca transforma em mercadoria, tornando o homem um elemento passivo. Tal fato significa que o lazer se torna uma nova necessidade. Isto é, no curso do desenvolvimento da reprodução das relações sociais, produz-se nova atividade produtiva, diferenciada, com ocupações especializadas que produz um novo espaço e/ou novas formas de uso deste espaço. (CARLOS, 2002, p.26).

Diante dessa problemática, estabelece-se como objetivo desse artigo desenvolver reflexões acerca do turismo como atividade central na produção material de determinados espaços. Em outras palavras, como que a visitação a

² Fruto de uma proposta da Seção de Idiomas do Colégio Militar de Salvador que constava em imergir o grupo no cotidiano de famílias de uma pequena cidade, Laurimburg, no estado da Carolina do Norte, nos Estados Unidos. Na terceira seção desse artigo, há a caracterização mais aprofundada e análise desse Projeto de Imersão Cultural.

destinos turísticos e a-turísticos³ pode repercutir em experiências distintas ao visitante, pois o simples “afastamento” de um espaço produzido segundo a lógica que comanda a atividade turística reflete possibilidades menos manipuladas de configurações territoriais, ou ao menos, manipuladas por outros interesses.

Com esse fim, estrutura-se o texto a seguir em quatro seções: (1) Espaço geográfico: condição e reflexo da produção social; (2) Variáveis da atualidade para a “leitura” do espaço turístico; (3) Turismo em espaços a-turísticos. Caracterização do projeto de imersão cultural; (4) Para continuar o debate sobre o espaço turístico.

Certo de que o turismo é uma atividade do capital e, nesse sentido, orienta esforços dos agentes em busca da maior lucratividade, não se pretende nesse artigo, de forma inocente, apresentar uma outra proposta de atividade com menor capacidade de carga e infraestrutura do *trade*⁴. Mais que isso, pretende-se refletir acerca dos espaços que consumimos como produto, muitas vezes, certos do que estamos comprando, outras vezes, de forma completamente alienada.

Em síntese, busca-se o aprofundamento da análise do espaço turístico como um resultado concreto e simbólico da ação dos agentes de produção e, nesse caso, reflexo e condicionante de novas ações sociais. Para esse fim, parte-se do entendimento basilar de que o turismo, assim como toda ação social, não é a-espacial, antes disso, carece de todo um contexto territorial (produzido para esse fim, ou não) para que aconteça.

³ Aqui entendido como lugares onde a atividade turística não acontece(u) de forma preponderante na definição de estratégias para a produção do espaço.

⁴ Trade turístico aqui entendido como o que Rodrigues (2001,p.65-67), utilizando orientação de Milton Santos, classifica como firmas e instituições.

ESPAÇO GEOGRÁFICO: CONDIÇÃO E REFLEXO DA PRODUÇÃO SOCIAL

A fim de esclarecer o título deste texto e o conceito central da reflexão aqui desenvolvida, cabe a ressalva que, *a priori*, não há espaço turístico, mas uma totalidade que é o espaço geográfico. O espaço turístico é uma aproximação explicativa na busca pelo entendimento da dinâmica de um dado espaço onde os agentes de produção da atividade turística são hegemônicos.

Conforme ensinou Santos (1978) “a história não se escreve fora do espaço e não há sociedade a-espacial”. Entendendo, então, que a atividade turística é decisiva como articuladora de forças hegemônicas que conduzem à produção de determinados espaços, pretende-se utilizar desse conceito, bem como da busca pelas relações de poder e agentes de produção do espaço a fim de compreender essa dicotomia entre realidade vivida e cenário mitificado, entre lugar e não-lugar, entre espaço banal do viver cotidiano e construção artificial, por vezes desprovida de significado para os autóctones.

Assim, antes de tratar do pretense espaço turístico, é necessário entender o que é o espaço geográfico ou social e a dinâmica da sua produção, sendo este um diferencial da Geografia tanto para a análise como para o planejamento e intervenção.

O espaço geográfico é o resultado concreto e simbólico das relações acumuladas entre sociedade e natureza. Concreto no sentido de que se expressa numa materialidade construída em tempos distintos que convivem com a nossa contemporaneidade e a ela respondem como formas que foram incorporadas

somadas às novas formas construídas. Simbólico também porque há no espaço construído uma relação de topofilia ou topofobia⁵ como fruto das relações imateriais que a sociedade estabelece junto ao lugar vivido.

Nesse sentido, conforme alertavam Santos e Silveira (2001, p.11), é um imenso equívoco entender o espaço como mero receptáculo, como resultado inerte da ação humana, como palco onde se dá o acontecer social. O espaço ao passo que é resultante, também determina a ação social. A produção do espaço se dá de forma dinâmica e resulta de uma valorização que a sociedade infere às variadas localizações e que passa pelo viés da sua concretude (por exemplo, a criação de uma infraestrutura pública fundamental para a expansão e consequente valorização do mercado imobiliário formal numa cidade) e da sua apropriação simbólica (a exemplo da turistificação/mitificação de determinadas manifestações culturais que possuem uma dada repercussão espacial).

Santos (1996, p.96) ajuda a entender o dinamismo do espaço como totalidade que já não é a mesma no momento seguinte, a partir da conceituação deste como uma configuração territorial dinâmica, que pode ser compreendida a partir da análise da dialética entre materialidade natural ou construída (sistema de objetos) e a sociedade que lhe dá sentido (sistema de ações). Materialidade que é intermediada pelas técnicas que impõem diferentes temporalidades. Ou seja: “o passado passou, e só o presente é real, mas a atualidade do espaço tem isto de singular: ela é formada de momentos que foram, estando agora cristalizados

⁵ Segundo Tuan (1980, p.5), Topofilia é o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico. Difuso como conceito, vívido e concreto como experiência pessoal”, a Topofobia é a sua antítese.

como objetos geográficos [...] O passado está morto como TEMPO, não porém como ESPAÇO”. (SANTOS, 1982, p.10).

Na análise do espaço geográfico, mais que a busca pela sua definição (sempre por ser feita), é substantivo procurar e apresentar o entendimento das relações que levam ao seu constante processo de produção. Nesse caso, quatro variáveis devem ser respeitadas:

Primeiro, conforme anunciado, deve-se entender o espaço como totalidade que está sempre por ser definida, visto que resultante de dinâmicos processos sociais. Assim, é fundamental buscar quais os elementos que ajudam a compreender a organização do espaço na nossa contemporaneidade, entretanto, não se pode perder de vista a materialidade presente no espaço que é herdada de tempos passados e que convive com a lógica do presente. Formas novas e antigas que atendem às funções do presente. Materialidade e ação social conjugadas numa dinâmica sempre por ser atualizada, visto que estão em constante processo de alteração.

Segundo, não é possível pensar na produção do espaço como algo espontâneo. O espaço é uma repercussão concreta e simbólica da ação social, assim, na análise que se faz da sua configuração territorial, é primordial identificar quais os seus agentes de produção. Nesse caso não se pode perder de vista que há uma óbvia variação dos agentes no tempo e no espaço. Os agentes de produção e a forma de atuar se diferenciam na análise que se faz, por exemplo, do Recôncavo baiano no século XVIII e no século XXI, ou, de um destino com claro uso turístico (Caldas Novas, Goiás/Brasil) e outra localidade próxima, mas que articula as suas forças e interesses segundo outros vieses (Paracanjuba,

Goiás/Brasil). Os agentes, as ações, as articulações de forças e, por conseguinte, a configuração espacial decorrente, serão diferentes.

A terceira variável está relacionada ao ensinamento de Raffestin (1993, p.159) de que “o poder é inevitável e, de modo algum inocente. Enfim, é impossível manter uma relação que não seja marcada por ele”. Ou seja, as relações entre os agentes de produção do espaço se dão de forma assimétrica e são mediadas por interesses comuns ou conflituosos. É, portanto, fundamental para o entendimento da dinâmica territorial, a busca pela identificação dos agentes de produção e dos interesses em voga que movimentam as suas ações e os seus vínculos ou distanciamentos com os demais.

A quarta variável está primordialmente associada à nossa contemporaneidade, visto que a dinâmica ação social que repercute na de produção de um espaço e conduz as relações no plano das horizontalidades são, por vezes, decorrentes de estruturas reticulares verticalizadas, hierárquicas. É do “encontro” entre forças verticais e horizontais que resultam as relações de poder que (des)organizam o espaço.

Com a ampliação do alcance das redes supranacionais, articuladas numa intrincada malha por onde circulam fluxos materiais e imateriais numa quantidade e qualidade nunca antes vista na história da humanidade, cria-se a possibilidade (bastante interessante à reprodução do capital) de uso dos distintos territórios do planeta e realocização das suas atividades a partir de novos interesses locacionais. Em contra partida, estabelece-se uma lógica perversa de territórios usados, estruturados a partir de interesses distantes.

No tocante ao turismo, submete-se assim ao imenso risco da produção de espaços alienados, quando “a cidade torna-se estranha à região, a própria região fica alienada, já não produz mais para servir às necessidades reais daqueles que a habitam” (SANTOS, 1982, p.19).

De forma aparentemente contraditória, nesse mesmo mundo do consumo obsessivo talvez estejamos presenciando, fruto das imensas possibilidades de circulação da contemporaneidade, novas formas de fazer turismo que, não se afastando da lógica do capital e, inevitavelmente, do consumo, tendem a negar os espaços maquiados, os principais destinos mundiais, na busca por uma experiência mais significativa, uma procura contínua da humanidade de conhecer e se expor ao, realmente, novo. Apresentam-se assim espaços passíveis de uso turístico bem distintos no tocante à produção e, conseqüentemente, às relações sociais.

VARIÁVEIS DA ATUALIDADE PARA A “LEITURA” DO ESPAÇO TURÍSTICO

Após um contínuo processo de massificação da atividade turística ao longo do século XX, como bem sinalizam Barreto (1995), Trigo (1998), Lickorish e Jenkins (2000) e Andrade (2009), dentre outros, chega-se ao início do terceiro milênio num novo contexto mundial: o capitalismo tornou-se hegemônico como sistema econômico e se mundializou (não obstante os pequenos espaços de suposta resistência). Nos nossos tempos o capitalismo lança os seus tentáculos aos mais longínquos espaços do planeta, possibilitando o desfrute das *benesses* do desenvolvimento tecnológico, porém limitando esse acesso ao poder de capital

e, nesse sentido, ampliando a exclusão limitando esse acesso ao poder de capital e, nesse sentido, ampliando a exclusão. São as repercussões da fase mais avançada do capitalismo financeiro globalizado, seduzindo pela onipresença da informação e tirania do consumo e apresentando, para a maioria da população mundial a sua face mais perversa na rotina cotidiana de inaccessibilidade às condições básicas de sobrevivência (SANTOS, 2000).

As técnicas que, desde sempre, intermedeiam as relações entre sociedade e natureza, avançam e se disseminam de forma espetacular. O acesso às novas técnicas se dá através do consumo, assim, a produção permanece centralizada, entretanto, o consumo se mundializa, refletindo um claro interesse de mercado dos agentes hegemônicos da globalização que possibilitam/desejam que os novos produtos atinjam a todos os países e esferas de renda, popularizando, por exemplo, o acesso a eletrônicos (consequentemente a uma nova e obsessiva linguagem da mídia) e voos de companhias aéreas, atividades restritas a pequenos grupos há pouco tempo.

Nesse cenário sumariamente traçado, outras variáveis contemporâneas se fazem presentes a exemplo do contínuo processo de urbanização pelo qual passou o mundo (ANDRADE, 2010). As cidades, especialmente as que se constituem nos principais nós da rede mundial, são centralidades receptoras (presença de infra-estrutura, e estímulo ao turismo cultural, de negócios, eventos, etc.), emissoras (maiores concentrações demográficas, poder de capital e acesso ao *marketing* turístico) e, principalmente, produtoras dos fluxos turísticos (centro de decisões das instituições e empresas – *trade* – que projetam os destinos). A expansão do fato urbano e a centralidade por eles exercida se coadunam com

um tipo de vida que convida ao *stress* (horários rígidos, trânsito, violência, distância da natureza, contas, etc.) ao passo que permite tempo livre e “financiamento” (direto ou através de bonificações como o décimo terceiro salário) que são verdadeiros estímulos à visitação turística.

O desdobramento desse contexto é uma circulação de fluxos materiais (mercadorias e pessoas) e imateriais (informações, comunicações e capitais) quantitativamente e qualitativamente nunca vistos.

Também como fator estruturante dessa presença maciça das redes supranacionais, está uma determinante política e outra territorial: a política diz respeito ao avanço do neoliberalismo a partir do Consenso de Washington (1988) que “diminuiu” as barreiras dos Estados e facilitou a fluidez de fluxos materiais, ainda que estes permaneçam com maior resistência espacial que os imateriais; a territorial, resulta do maior alcance das redes do capital com o estabelecimento da Nova Ordem Mundial no ocaso do século XX, a Ordem Bipolar impunha uma resistência espacial à circulação em parte do mundo.

Cabe o esclarecimento de Milton Santos de que “o espaço é, então, um verdadeiro campo de forças cuja aceleração é desigual. Daí porque a evolução espacial não se faz de forma idêntica em todos os lugares” (SANTOS, 1978, p.122). Fica evidente que não é possível pensar num mundo homogêneo. As diferentes histórias e configurações espaciais qualificam os lugares.

O volume, precisão e rapidez com as redes globais se articulam permitem, de fato um mundo interdependente, porém não integrado, visto que, salvo exceções, não são redes de solidariedade, são redes reguladas pela lógica do

capital e, por isso mesmo, possuem seletividade espacial.

É nesse quadro que o turismo, como atividade do capital articulado em rede, gera uma verdadeira competição entre os lugares na sanha para atrair consumidores/turistas e assim, destinos turísticos são criados (parques temáticos, *resorts*) e cidades passam por processos mal nomeados de “qualificação urbana” quando o termo correto é refuncionalização urbana ou, simplesmente, turistificação do espaço urbano.

TURISMO EM ESPAÇOS A-TURÍSTICOS. CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO DE IMERSÃO CULTURAL

Diante desse contexto de um turismo massificado em escala global com forte indução midiática e reconfiguração de espaços em vista a tornarem-se mais atrativos (seguros, saneados, mitificados, enfim visíveis) numa real competição pelo turista/consumidor, as viagens ficaram cada vez mais previsíveis (não há aqui um caráter pejorativo, apenas analítico, visto que, por vezes, é exatamente essa previsibilidade que o turista está comprando e desejando). O conhecimento que deveria advir da visitação ao destino diferente é, nesse caso, uma reafirmação de um saber previamente adquirido pelos diversos canais de informação (internet, folhetos, agências, etc).

Como alternativa a esse padrão estandarizado, tem-se, também como produto do consumo turístico, uma oferta crescente por um turismo que foge dos destinos massificados e estrutura dos *resorts*. São as visitas a destinos exóticos com pequena capacidade de carga, as “trocas” temporárias de residências e as viagens de imersão cultural e estudo. Assim novos espaços ganham visibilidade

e, até que se tornem um novo porto para o fluxo massificado, apresentam uma possibilidade de vivência diferenciada, talvez mais aproximada da rotina dos nativos do espaço visitado.

Conforme informação alhures, foi a partir da participação em um desses programas de imersão que tive a possibilidade de amadurecer o pensar e desenvolver leituras para discutir sobre a produção do espaço turístico e esclarecer questões acerca da configuração espacial que se encontra numa dada viagem.

Segue então, com o objetivo de aprofundar essa discussão, a caracterização do programa de imersão lingüístico-cultural supracitado:

O programa decorre de um vínculo entre o Núcleo de Idiomas do Colégio Militar de Salvador (Bahia/Brasil) e o Departamento de Educação da Universidade da Carolina do Norte (EUA). Depois de receber grupos de jovens norte americanos por cinco anos consecutivos (*English Week*) para atividades de imersão cultural, o Colégio Militar de Salvador enviou, pela segunda vez, um grupo de estudantes e professores para a contrapartida, a imersão nos EUA.

Foram ao total, 21 estudantes e professores brasileiros hospedados em nove casas – *host families* – localizadas na cidade de Laurimburg (Carolina do Norte/EUA). A proposta do programa foi estabelecer uma rotina que permitisse integração entre os estudantes brasileiros e as *host families*. Com esse propósito foram planejadas (conforme Tabela 1) atividades com todo o grupo e outras destinadas à interação com as famílias.

Sobre o desenrolar do programa nos EUA, alguns esclarecimentos são

Tabela 1 - Cronograma de atividades do programa de imersão

Date	Activity/Times
Quarta 20/7	22:30 Chegada a Raleigh, Carolina do Norte
	1:30am Chegada a Laurinburg
Quinta 21/7	11:00-21:00 Fantasy Lake, jantar na Cici's Pizza
Sexta 22/7	9:00-16:00 Fayetteville: 82nd Museu Airborne, almoço Chick-filA
	19:00-21:00 Jogo de Basquete no Wagram Gym (USA vs. Brazil)
Sábado 23/7	13:00 Museu Scotland County
	14:00-18:00 Amazing Race (Atividade lúdica no espaço de Laurinburg).
	18:00 Pig Pickin' e atividades esportivas com as famílias hospedeiras
Domingo 24/7	10:00-12:00 Encontro e culto na Grace Baptist Church
	Almoço no Cook Out
	1:30-22:00 Viagem para Washington com parade no Smithfield Outlets
Segunda 25/7	9:00-22:00 Arlington National Cemetery (mudança da guarda), Casa Branca, Capital Building, Museu de História Natural, jantar no Union Station, passeio noturno com visita a monumentos
Terça 26/7	9:00-13:00 Museu Air & Space, Monumento Washington, Museu de História Americana
	21:00 Retorno a Laurinburg
Quarta 27/7	9:00-14:00 Visita à Universidade da Carolina do Norte, Campus de Pembroke, jogo de golf na Cliffwood, almoço no Showgun buffet
	Jantar com as famílias hospedeiras (Host Families)
	18:00-20:00 Atividades na Grace Baptist Church
Quinta 28/7	9:00 Charleston: Visita a Citadel, centro da cidade, Mercado municipal de Charleston, jantar no Hyman's Seafood
Sexta 29/7	9:00 Charleston: Visita ao USS Yorktown battleship, visita ao Forte Sumter e às plantações Magnolia.
	22:00 Retorno a Laurinburg
Sábado 30/7	Dia livre com as famílias
Domingo 31/7	10:00-14:00 Culto Grace Baptist Church e almoço no Covered Dish
	14:00-19:00 Viagem para Asheville, CN (Montanhas Blue Ridge)
Segunda 1/8	9:00 Estrada do Blue Ridge, Monte Mitchell (ponto de maior altitude do Mississippi), piquenique e hiking nos Jardins Craggy, jantar no Olive Garden
Terça 2/8	9:00-13:00 Visita ao Biltmore House & Gardens
	Viagem para Charlotte, jantar e patinação no Carolina Place Mall
Quarta 3/8	9:00-21:00 Parque de diversão Carowinds
	23:00 Retorno a Laurinburg
Quinta 4/8	Dia livre com as famílias hospedeiras
	19:00-21:00 Festa de despedida
Sexta 5/8	8:00am- Partida de Laurinburg para Raleigh, CN

fundamentais para sustentar as análises que seguem:

(1) A atividade, primordialmente, se desenvolveu no interior dos Estados Unidos, na encosta dos Apalaches em espaços “distantes” dos grandes centros turísticos. A princípio não havia uma estrutura receptiva típica dos espaços que recebem fluxos regulares de visitantes, o que, por si só, impacta na organização da paisagem e, definitivamente, na produção do espaço local. Dentro do cronograma, as atividades que pressupunham algum serviço receptivo (museus, parques, passeios temáticos, dentre outros) necessitavam de deslocamento de mais de duas horas do local em que as *host families* hospedavam os brasileiros. Estando, desta forma, o espaço do convívio cotidiano pouco “contaminado” pelas demandas turísticas.

(2) A base do grupo foi a cidade de Laurimburg, na Carolina do Norte. Um mundo urbano/rural bastante inusitado para a realidade brasileira, visto que a cidade se distribuía por um longo território com pequena concentração (o *downtown*) e quase nenhuma verticalização. As casas, se não eram suntuosas, pareciam bastante confortáveis, com espaços livres ao redor, garagem (na maioria das vezes utilizadas como depósitos, com os carros estacionados ao tempo), jardins e quintais, algumas com piscina e quadras. A ausência de equipamentos de proteção (muros, cercas elétricas, grades, dentre outros), tão habituais nas cidades brasileiras, dava, ao menos naquele espaço, uma imensa sensação de segurança. Apesar desse cenário, talvez pela dispersão, talvez pela individualização e independência no cotidiano, as relações de vizinhança praticamente inexistem (ao menos no que foi observado e nas conversas com os moradores), restringindo-se a contatos em associações como clubes fabris e

sociais e igrejas/templos.

(3) Alguns saberes pré-estabelecidos foram desmistificados ou relativizados com a experiência vivida no programa de imersão, a exemplo da expectativa que houvesse muitos negros, visto que é um estado que usou (como de resto todo o sul dos EUA) amplamente a mão de obra escravocrata. Na verdade, há poucos negros nessa comunidade e, principalmente, percebe-se pouca miscigenação, nuances que diferenciam da realidade brasileira (ainda que vividas num mesmo período e com objetivos similares). Da mesma forma, em relação aos *belts* (cinturões agrícolas monocultores e altamente mecanizados), eles de fato existem e pode-se afirmar que há uma presença predominante de plantações de algodão e milho nessa região (*cotton* e *corn belts*, respectivamente), entretanto, as propriedades não são tão extensas e há uma diversidade de outros produtos que dividem, comercialmente, o espaço a exemplo da soja e do amendoim. Uma outra “verdade” que parece ser relativa, ao menos para a realidade de Laurimburg, é a presença de imigração latina; ela acontece e é possível ver imigrantes prestando serviços diversos, entretanto, proporcionalmente, muito menor que nos grandes centros e, muitas vezes dividindo o espaço de trabalho com americanos, alguns em idade bastante avançada (muito curioso anotar a presença de mão de obra idosa, com mais de 60 anos).

(4) A maior parte do tempo destinada ao programa de imersão (conforme Tabela 1) foi ocupada com atividades com as *host families* e com o grupo (normalmente desenvolvidas na *Grace Baptist Church*). Isso possibilitou viver o cotidiano de famílias americanas. Observar as relações que estabelecem entre si e a sua rotina. É evidente que essa observação foi bastante “contaminada”

pela presença dos hospedeiros nas suas casas e pelo próprio ritmo de trabalho que o cronograma do programa impunha.

(5) Coadunado com a ressalva anterior, esse tipo de vivência proporciona, necessariamente, mudanças de hábitos. Diferentemente das viagens a centros turísticos com hospedagem em hotéis, quando se consome o desejado e as variações são no limite do esperado, numa viagem de imersão, por estar-se envolto no cotidiano de uma outra família, vive-se todo o rito de alimentação, horários, lazer, religião, valores dessa família ou do grupo no qual se está inserido. Ainda que isso gere algum desconforto, certamente trata-se de uma experiência muito mais significativa, ao menos no tocante ao conhecimento da diversidade, que nas tradicionais viagens massivas onde, via regra, consome-se simulacros (CARLOS, 2002).

(6) Durante o programa de imersão houve a visitação a alguns destinos turísticos (Washington, Charleston, Charlotte e parques aquáticos – *Fantasy Lake* e *Carowinds Amusement Park*), nesses locais, percebeu-se uma decisiva participação do *trade* turístico na produção do espaço. A atividade turística, orientada pela lógica do capital, cria, por vezes, exclusivamente, um dado uso do território a partir do estímulo e captação com os fluxos de pessoas que por ali circulam diariamente. Esses cenários contrastavam com as atividades desenvolvidas em Laurimburg, ainda que nos dois casos os brasileiros estivessem assumindo o papel de turistas. No primeiro caso, a organização do espaço estava adequada/preparada à esperada atividade turística (cenários, agentes e atores combinavam suas ações num roteiro conhecido e desejado); no segundo caso, o imponderável (instalações e serviços não tão confortáveis quanto os dos hotéis,

atividades cotidianas como simplesmente ficar em casa pela manhã, etc.) contrastava com a simples perspectiva de fazer turismo nos EUA, criando tensões entre o espaço geográfico e os diferentes atores e gerando reações e relações mais autênticas, típicas da vivência na diversidade, que no conduzido e rígido roteiro do cenário turístico.

(7) Ainda sobre o imponderável que acompanha qualquer viajante, especialmente se o deslocamento se dá em espaços a-turísticos, o grupo viveu uma experiência indesejada, no retorno de Charleston para Laurinburg, durante a parada para o almoço em um restaurante (*Golden Coral*) junto à rodovia, um dos micro ônibus foi aberto e os pertences dos passageiros (eletrônicos, dólares, roupas, etc.) foram assaltados. Não obstante o desconforto que gerou tal acontecimento, houve presteza e rapidez do atendimento pela polícia local, o seguro foi acionado e, cerca de três meses depois, houve o ressarcimento dos eletrônicos. O que se destaca desse acontecimento é que o inusitado faz parte da visitação e que ele é um tanto mais provável quanto mais afastado do “mundo turístico”, até por isso, a visitação orientada com horários e locais rigidamente controlados, ainda que pareça inosso para alguns, acaba por ser desejada pela maioria que consome o turismo estandardizado, massificado, pois paga e recebe o comprado, pouco a mais ou a menos.

PARA CONTINUAR O DEBATE SOBRE O ESPAÇO TURÍSTICO...

O fenômeno do turismo é complexo e exige, a todo o momento, uma constante atenção à diversidade com que acontece e a dinâmica com que altera espaços e comportamentos. A classificação maniqueísta dessa atividade social

(massificado ou não, ecológico ou predatório, includente ou excludente, etc.) tende a incorrer nos típicos problemas de toda generalização, ou seja, não enxergar a dinâmica do micro espaço, do acontecer na escala local. Com isso não se nega a importância de análises em escalas mais abrangentes (fundamental para o entendimento do fenômeno como um todo); afirma-se contudo que o olhar mais amplo não pode obliterar as análises nos outros níveis pois uma das características marcantes do turismo é o seu caráter multiescalar, seja no planejamento, seja no acontecer.

Assim, mesmo o turismo massivo, com forte indução de atividades, criação de simulacros do espaço, está sujeito a relações que dão novos significados aos destinos onde acontecem. As vivências cotidianas podem emprenhar de sentidos os não-lugares turísticos.

Maria Geralda ensina que

As práticas turísticas contribuem para a turistificação dos espaços criando lugares singulares de lazer e de entretenimento para e pelo turismo. O turismo não somente é feito de ritos como ele pressupõe, mas é, ainda, um imaginário do espaço. E é este imaginário que dá sentido à circulação turística e a diferencia das outras formas de mobilidades. Por isso, a geografia do turista é mais imaginária que real. As práticas do turismo causam os impactos psicológicos, sociais e ambientais tanto nos lugares visitados quanto nas pessoas que ali residem. (ALMEIDA,2009, p.1).

Entende-se que o simples contato entre as pessoas tende a repercutir em impactos comportamentais e podem ser relevantes à experiência socioespacial de cada indivíduo. O que se afirma neste artigo é que as diferentes formas de se fazer turismo repercutem diferentemente na produção do espaço destino e, conseqüentemente, nas relações que se estabelecem entre os grupos sociais e o espaço geográfico.

A experiência vivida e relatada neste texto, considerando as ressalvas já apontadas, revela que a visitação a destinos massificados, absolutamente inseridos na lógica de reprodução do capital a partir do uso turístico e, até por isso, comandados por agentes hegemônicos do *trade* na (des)organização e produção do espaço, pode gerar conforto e penetrar no imaginário do visitante como o consumo do lazer desejado, entretanto, reafirmando o pensar de Carlos (2002), consome-se simulacros do espaço, cenários planejados para o desfrute e consumo esperados. Um mundo do faz de conta envolvido pela sensação do novo, da experimentação do exótico.

É comum deslumbrar-se, por exemplo, com uma visitação ao centro histórico da cidade de Salvador (popularmente conhecido como Pelourinho), patrimônio recuperado e preservado (será?⁶), sensação de segurança, e histórias e estórias fantasiosas que saem da fala, muitas vezes decoradas, dos guias de turismo, ao que parece, o espaço adequado para, numa breve visita, conhecer o Brasil colonial. Três questões de ordem têmporo-espacial são fundamentais para uma análise crítica a este tipo de turismo: esse espaço refuncionalizado reflete realmente a

⁶ Esse é um profícuo tema já discutido por alguns autores, a exemplo de Costa (2010), e que merece uma análise comparativa a partir das diferentes experiências de recuperação e uso patrimonial no Brasil e no mundo.

dinâmica espacial de outrora ou é um cenário com novas cores que tenta resgatar formas do passado e dar à base material um atrativo para adequá-las ao uso turístico contemporâneo? Nesse mesmo sentido está a outra questão: será que o espaço visitado reflete realmente o que é a cidade de Salvador ou é um apêndice num entorno que vive uma dinâmica territorial completamente diferente? Qual o significado desses espaços cenográficos que atraem o imaginário do turista para o cidadão autóctone?

Essas questões encontram sustentação nas reflexões desenvolvidas no texto, porém não se esgotam. São lacunas à pesquisa e ao debate sobre a produção e uso do espaço turístico que ainda carecem de amadurecimento.

O encerramento desse texto com questões abertas indica bem a sua dupla intencionalidade: entender que o espaço geográfico, e por conseguinte o espaço turístico, é dinâmico e a sua construção material e simbólica reflete o jogo de poder entre os agentes de produção do espaço (hegemônicos e hegemonzados), além disso, que o entendimento das lógicas de produção de um dado espaço permite a interação com este de forma autônoma e livre.

Nesse sentido, fazer uma leitura comparativa entre destinos mais ou menos cooptados pelo *trade* turístico, possibilita identificar quais são e como agem os principais articuladores de um espaço turístico e como que a experiência do conhecimento num destino a-turístico pode ser menos fantasiosa que a de um lugar cenográfico.

A temática estimula o debate e as discussões sobre que turismo se deseja, o que se compra e como se produz os destinos turísticos está em plena elaboração.

Isso é um convite ao viajar e, especialmente, ao pensar.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. G. (2009). A geografia imaginária dos lugares turísticos. In: *Anais do XIII Simpósio Brasileiro de Geografia Física Aplicada*. Comunicação Coordenada n.08. Universidade Federal de Viçosa, set..
- ANDRADE, A. B. (2009). Desafios para a pesquisa sobre turismo urbano. In: BAQUEIRO, P. R. B.; ANDRADE, A. B. *Turismo: Academia e Mercado*. Salvador: Ponto e Vírgula Publicações, , p. 107-126.
- ANDRADE, A. B. (2010). Novas variáveis para o trato do território na contemporaneidade. In: *Revista Finisterra*. v. XLV, Lisboa/Portugal: Departamento de Geografia da Universidade de Lisboa, p.157-170.
- BARRETO, M. (1995). *Manual de iniciação ao estudo do Turismo*. Coleção Turismo. Campinas: Papirus.
- BRASILTURISMO. (2011). *Portal Brasil Turismo. Dados sobre o turismo*. Disponível em: <<http://www.brasilturismo.com/turismo/dadosdoturismo.php>>. Acesso em: 18 out 2011.
- CARLOS, A. F. A. (2002). O turismo e a produção do não-lugar. In.: CASTRO, A.F.A. (org.) *Turismo: Espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, p.25-37.
- COSTA, E. B. (2010). *A dialética da construção destrutiva na consagração do Patrimônio Mundial*. Coord. F. C. SCARLATO. São Paulo: Humanitas FAPESP.
- LICKORISH, L.J.; JENKINS, C.L. (2000). *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. (2011). Sítio oficial do Ministério do Turismo no Brasil. *Estatística sobre o turismo*. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/> Acesso em: 18 out 2011.
- RAFFESTIN, C. (1993). *Por uma geografia do poder*. Trad. Maria C. França. Série Temas,

v.29, São Paulo: Ed. Ática.

RODRIGUES, A. B. (2001). *Turismo e Espaço. Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec.

SANTOS, M. (1978). *Por uma Geografia Nova*. São Paulo: Hucitec.

SANTOS, M. (1982). *Pesando o espaço do homem*. São Paulo: Nobel.

SANTOS, M. (1996). *A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec.

SANTOS, M. (2000). *Por uma outra globalização*. Do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record,

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. (2001). *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record.

TRIGO, L. G. G. (2000). *Turismo Básico*. 4ª ed. São Paulo: Editora SENAC.

TUAN, Y. F. (1980). *Topofilia. Um estudo de percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo: Difel.

WTO (World Tourism Organization). (2011). *Sítio oficial das Nações Unidas*. Seção da Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <<http://unwto.org/en>>. Acesso em: 18 out 2011.