Viajantes, Viagens e Turismo
Narrativas e Autenticidades

Graça Joaquim

VIAJANTES, VIAGENS E TURISMO

NARRATIVAS E AUTENTICIDADES

editora MUNDOS SOCIAIS

LISBOA, 2015

© Graça Joaquim, 2015

Graça Joaquim
Viajantes, Viagens e Turismo

Primeira edição: outubro de 2015
Tiragem: 300 exemplares

ISBN: 978-989-8536-45-7
Depósito legal:

Composição em carateres Palatino, corpo 10
Conceção gráfica e composição: Lina Cardoso
Capa: Lina Cardoso
Revisão de texto: Gonçalo Praça
Impressão e acabamentos: Europress, Lda

Este livro foi objeto de avaliação científica.

Reservados todos os direitos para a língua portuguesa,
de acordo com a legislação em vigor, por Editora Mundos Sociais.

Editora Mundos Sociais, CIES, ISCTE-IUL, Av. das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa
Tel.: (+351) 217 903 238
Fax: (+351) 217 940 074
E-mail: editora.cies@iscte.pt
Site: http://mundossociais.com

À memória de Afonso de Barros

Índice

Índice de figuras ix
Prefácio xi

Introdução 1

Parte I | Os Debates. O Turismo e a Viagem no Contexto da Sociologia

1 O turismo como objeto sociológico. As origens 8

2 O turismo e a viagem. Diferenciação e pluralidade 17

3 O turismo no contexto da democratização do lazer 29

4 O turismo na sociedade de consumo 77

5 Turismo, modernidade e desdiferenciação 83

Parte II | Os Viajantes, as Viagens e o Turismo

6 Os puros e duros, os profissionais e os viajantes turistas 95
A construção das tipologias 95

7 Viagem e viajantes. Do olhar romântico à desdiferenciação 99
A viagem e o outro: os puros e duros 101
A viagem e o eu: os profissionais 126
A viagem e a aventura: os viajantes turistas 146

8 Turismo e turistas. Da massificação à responsabilidade 159
O turismo mata os lugares: os puros e duros 159
Mundos diferentes, mundos similares e mundos paralelos: os profissionais 169
A aprendizagem. Do turismo à viagem: os viajantes turistas 180

9 Autenticidade objetiva, simbólica e existencial 199
Autenticidade objetiva: os puros e duros..... 199
Autenticidade objetiva, simbólica e existencial: os profissionais 206
Autenticidade existencial: os viajantes turistas..... 222

10 Conclusão 229

Referências bibliográficas..... 237

Índice de figuras

3.1 Características de cada uma das fases que conceptualizam o espaço turístico 40
3.2 Adaptação dos tipos de turistas às normas locais 45

Prefácio
O outro, os outros, sempre

A arte do encontro faz parte da viagem. Do encontro, falo de chegar ao outro, aos sentimentos do outro, aos mundos e submundos do outro, falo de saber ouvir e ver, os dois sentidos maiores de quem escreve e viaja para contar. Chegar sem outro juízo de valor a não ser o da esperança de ali, naquela ínfima centelha de vida, estar um mundo melhor e o melhor dos mundos.

Isto começou assim. Entre viagens, entre mundos, entre um texto e outro, conseguimos marcar um encontro na casa de Almeirim. Porquê Almeirim, com tantos lugares no mundo para lançar âncora? Perguntou Graça, na sua forma espontânea de desferir, antes de qualquer registo para a "maldita", a tese, a sua odisseia. Íamos a caminho do sofá da sala de estar quando lançou a pergunta. Ela de SG Gigante hasteado, eu a deambular como uma mariposa entre brinquedos de filhos pequenos, pilhas de livros desordenados e tapetes da Capadócia trazidos de Istambul por conta de um trabalho extra de guia de viagens literárias, contingências da necessidade de um escritor viajante dividido entre ofícios. Almeirim? Ora, Almeirim pelo amor e as circunstâncias de estar ali a terra mãe da minha mulher. E talvez uma *nuance* atávica de metade da família ser ribatejana, de entre a Golegã, Vila Nova da Barquinha e Almoster. Os sangues a falarem mais alto e a família sempre no caminho das minhas viagens, da minha escrita, das minhas autobiografias, sendo para mim como para o "pai" Henry Miller a autobiografia o mais puro dos romances. Graça garimpava o seu ouro, incenso e mirra para um trabalho mastodôntico de saber quem eram os viajantes dos tempos modernos, quais as suas biografias, quais as suas motivações, segundo o princípio comum a ela, a mim e à Pina Bausch, de que o mais importante é o que nos move e não como nos movemos.

Falámos duas tardes inteiras, e falamos de olhos nos olhos, como amigos íntimos a quem se confessa tudo, a dor, a angústia, a melancolia, a fuga, o desespero, a letargia, o desconsolo de isto, da vida, um dia ter que acabar, a alegria imensa de uma vez por outra acontecerem encontros onde podemos falar com segurança da palavra amor. Li a obra da Graça anos depois e nela li-me, revi-me, senti-me, o viajante das dicotomias, dos caminhos que se bifurcam, das escolhas perpétuas, das

tensões do desejo e do Eros, dos existencialismos, do Thanatos, dos enigmas e da busca incessante de um porquê para tudo o que nos acontece. Tudo sentimentos certos para quem acredita no texto, na narrativa, na palavra-vaso como um repositório de verdades insofismáveis. O mérito de Graça estava tanto no seu enciclopedismo de laboriosa formiga como na sua malfadada costela de cigarra, sempre de cigarro em punho e olhos deslocados para céus perdidos. Falámos de viagens a todo o pano, de como eu partira pela primeira vez, ainda menino de Alvalade, da rua Coronel Marques Leitão, do largo do Pote de Água, vizinho ao aeroporto, para onde fugia vezes sem conta na esperança de embarcar e me raspar de uma casa de loucos. Fugir foi o meu primeiro verbo de viajante, como tinha sido para a Graça menina e moça do Portugal de antanho, onde ser mulher era uma prova de esforço. Fuga onde sempre aparecem encontros decisivos. Os nossos com os livros, as ideologias, a História, a Filosofia, a Política, as línguas e as grandes paixões da alma onde a maior era e sempre seria o Amor. Graça acreditava tal como eu nessa força suprema e unificadora capaz de sustentar o mundo em sobressalto. Acreditava também no poder supremo de transformação da viagem, da viagem num sentido espiritual, fosse ela para onde fosse, desde que ao fim da noite de cada um, de onde se sai para ver os alvores do dia e a maturidade do Ser. A vida já lhe levara 45 anos e conservava a maravilha do instinto juvenil, e tudo em que se metia significava dar-se toda, dar tudo por tudo, e colocar-se sempre na pele, ou mais abaixo, do outro, dos outros, sempre. Graça é aquilo que se chama uma mulher que corre com os lobos, que se atira às grandes empreitadas como o faziam as amazonas do pretérito perfeito. Neste trabalho académico poderão ler-se páginas de rigor científico, de números, de algoritmos, ao lado de racional alquimia e reflexões muito pessoais e muito relevantes próprias de quem leu Montaigne, La Boétie, Tagore e dos amigos da liberdade individual nascida da mais importante das viagens, a interior.

Tiago Salazar

Introdução

> Eu viajo para conhecer o mundo, naquilo que ele tem de bom, naquilo que ele tem de mau, naquilo que ele tem de bonito, naquilo que ele tem de feio. Eu acho que aquilo que distingue os viajantes da maior parte dos turistas em geral, e de muitas das pessoas que andam pelo mundo é uma pessoa que não sai só para ver o que é bonito.
> (Miguta Água Silva)

O livro *Viajantes, Viagens e Turismo. Narrativas e Autenticidades* constitui uma versão da tese de doutoramento em Sociologia, orientada por António Firmino da Costa e defendida no ISCTE-IUL em dezembro de 2012, com o título *Os Viajantes e o Turismo. Narrativas, Modos de Vida e Representações Sociais*, Foram cinco anos de obsessão pelos viajantes, precedidos de dois anos de leitura intensiva de literatura e crónicas de viagens.

Trata-se, necessariamente, de uma versão mais reduzida e adaptada para o formato de livro, com o objetivo de partilhar os imaginários da viagem e do turismo, tanto da literatura da especialidade como das narrativas dos viajantes portugueses, dos mais aos menos mediáticos, e com claro destaque dos produtores de narrativas de viagem, tanto para um público académico interessado nestas matérias como para o leitor apaixonado pelos viajantes, pelas viagens e pelo turismo.

Assim, uma parte fundamental do livro partilha as narrativas de Amílcar Correia, Ana Fonseca, Ana Isabel Mineiro, Filipe Morato Gomes, Francisco Silva, Gonçalo Cadilhe, Gonçalo Velez, Henrique Moraes, Humberto Lopes, José Tavares, Luis Maio, Luisa Tomé, Miguel Sousa Tavares, Miguta Água e Silva, Nuno Lobito, Tiago Costa e Tiago Salazar. Aos viajantes, um agradecimento muito especial por partilharem as suas experiências. Foram dois anos de trabalho de campo e de intraduzível processo de aprendizagem. Obrigada.

O estudo em causa tem assim como objeto central os viajantes que têm a viagem como modo de vida e a sua relação com a viagem e o turismo, através das suas práticas, modos de vida, narrativas e representações sociais sobre a viagem e o turismo. Os Puros e Duros, os Profissionais e os Viajantes Turistas são categorias construídas que resultam de uma análise aprofundada dos discursos, narrativas e práticas dos dezassete viajantes entrevistados.

Os Puros e Duros, viajando à margem da indústria turística, alimentam o universo simbólico tanto dos Profissionais como dos Viajantes Turistas, respetivamente ao nível das narrativas de viagens e da comercialização do turismo aventura. Os Profissionais desempenham sem dúvida o papel de minorias inovadoras do turismo, tanto ao nível das narrativas de viagem como no papel de líderes em turismo aventura. Os Viajantes Turistas são protagonistas da indústria turística, participando ambos os grupos, ativamente, na comercialização das suas próprias experiências.

Os resultados deste trabalho apontam para a pluralidade da experiência de viagem e turística, num mosaico de configurações onde se cruzam e sobrepõem representações e práticas que recobrem tanto as perspetivas modernistas e objetivistas, como as construtivistas ou simbólicas e ainda as pós-modernistas e subjetivistas. A análise da oferta turística dos operadores especializados aponta para a materialização da viagem, que se representa numa lógica de antinomia entre o viajante e o turista, mas que alimenta vitalmente a indústria turística.

Serão os viajantes as minorias inovadoras do turismo? Urbain (1991; 1998; O'Reilly, 2005) perguntava quem é o turista, já que fazer turismo é uma ideia sedutora, mas ser turista é sobretudo uma perspetiva insuportável. O turista não viaja, circula. O que distingue um viajante de um turista? Corresponderá o viajante ao turista moderno na busca de autenticidade, por contraponto ao pós-turista consumidor de autenticidade encenada, ou mesmo de autenticidade existencial? (Cohen, 1996; Wang, 1999; 2000; Uriely, 2005; McNamara, 2010; Lau, 2010)

Desde os estudos pioneiros da sociologia do turismo, Boorstin (1964) e MacCannell (1973; 1976) que a problemática da autenticidade materializada na separação entre o universo do turista e do viajante constitui um dos elementos fundadores desta disciplina até à atualidade, tendo a experiência turística (Cohen, 1979; 1995; 2004) protagonizado um conjunto de debates com sucessivas reformulações, no qual a experiência turística (Uriely, 2005), na senda dos legados de Boorstin e, sobretudo, de MacCannell, se centra atualmente na autenticidade existencial (Wang, 2000) e na desdiferenciação das esferas do trabalho e do lazer, da proximidade e da distância (Rojek, 2010; Larsen, Urry e Axhausen, 2007), das mobilidades e das migrações (Urry, 2002; Appadurai, 2004).

As profundas transformações da natureza da experiência turística, muito mais materializadas numa lógica de sobreposição, complexidade, diversificação e sofisticação que num processo de substituição do denominado consumo turístico moderno para o pós-moderno, reconfiguram este campo, tanto simbólica como materialmente, num contínuo processo de transformação onde viajantes e turistas parecem representar múltiplos papéis, onde aparentemente existem apenas, numa análise de matriz weberiana, duas categorias tipo ideal que representam num extremo o viajante independente, de longa duração, solitário e no extremo oposto o turista de massas, coletivo, organizado, programado.

No debate fundador da sociologia do turismo, que opôs Boorstin (1964) e MacCannell (1973; 1976; 2007), o primeiro autor caracterizava o consumo turístico como pseudo-eventos, deplorando a figura do turista como consumidor de encenações, antecipando o fim da "verdadeira viagem", no sentido clássico do Grand

Tour, onde o consumo de autenticidade objetiva constituía a motivação central. A consequência foi a célebre problematização de MacCannell, numa matriz claramente durhkeimiana, da natureza sagrada da motivação turística, onde o turista procurava verdadeiramente autenticidade objetiva, mas a indústria turística se encontrava num processo de encenação dessa autenticidade, limitando o acesso dos turistas às regiões dos bastidores e operando nas regiões de fachada, numa clara alusão à perspetiva de Goffman.

A problematização do fenómeno turístico dos dois autores teve como consequência duas linhas de abordagem, numa primeira fase bastante distintas. Por um lado, os estudos do consumo de massas, dos simulacros e da hiper-realidade e do papel massivo e regulador dos meios de comunicação (Eco, 1993; Baudrillard, 1981; Urry, 1990; Buchmann, Moore e Fisher, 2010); por outro lado, as perspetivas reformistas e construtivistas, com o questionamento da autenticidade objetiva e nas propostas de uma autenticidade construída, tanto pelo olhar do turista, como pela indústria turística e pelos poderes públicos reguladores dos olhares sobre os patrimónios (Cohen, 1988; 1995; 2004; Bruner, 1991; 2005). No entanto, as perspetivas dos dois fundadores têm em comum o pressuposto da existência de uma autenticidade objetiva no consumo turístico, onde a natureza deste consumo é aparentemente medida pelas características autênticas, genuínas ou originais dos objetos consumidos, seja ao nível do património material, imaterial ou dos modos de vida das populações visitadas, pressupondo uma imutabilidade e uma não interferência do observador. Aparentemente, um consumo do passado suspenso no tempo, onde tradições, rituais e modos de vida, sobretudo fora do mundo ocidental, nos permitissem espreitar o passado num *continuum* histórico de revisitação da nossa própria história. (Cole, 2007)

Uma das consequências mais duradouras deste debate é sem dúvida a clivagem assumida da diferença entre turista e viajante (Urry, 1990; Urbain, 1991; 1998; Galani-Moutafi, 2000; Noy, 2004; Moltz, 2008), em que o viajante é o herdeiro da viagem romântica na procura de autenticidade objetiva e o turista é uma figura frequentemente denegrida tanto pelos próprios atores como pela academia e, paradoxalmente, pela própria indústria turística, que num mercado fortemente competitivo e inovador promove sistematicamente a figura do viajante em detrimento da do turista, que representa a ameaça à "verdadeira" viagem.

A desdiferenciação dos universos da viagem e do turismo operada ao nível da promoção turística, mitificando os destinos e codificando-os com os símbolos do universo dos viajantes, permite colocar a hipótese de que uma das fronteiras mais sustentadas entre os dois universos é exatamente o universo simbólico, onde os viajantes aparentemente procuram autenticidade objetiva e os turistas autenticidade construída e existencial, valorizando reflexivamente a experiência turística como simulacros do universo dos viajantes. No trabalho desenvolvido, estes universos apresentam diferenças no contexto da tipologia de viajantes que construímos.

O estudo encontra-se dividido em duas partes fundamentais. Na primeira parte apresentam-se os debates da sociologia do turismo desde a sua fundação até à atualidade, percorrendo cinco décadas marcadas simultaneamente por uma profunda evolução da disciplina, mas também pela permanência de temas que

remontam aos fundadores e que constituem a espinha dorsal dos debates académicos, sobretudo ao nível da conceptualização da experiência turística marcada pela autenticidade. Estes debates podem dividir-se essencialmente em quatro grandes temas. O primeiro, o paradigma dos objetos, onde a questão central remete para a autenticidade ou encenação dos objetos turísticos, sendo que os fundadores divergem no papel da agência no consumo turístico. Assim, temos atores turísticos que procuram a autenticidade, numa perspetiva durkheimiana do sagrado, mas onde a indústria turística oferece encenações de fachada, parafraseando a célebre perspetiva de Goffman. Por outro lado, na perspetiva algo cínica de Boorstin, temos atores turísticos que consomem acriticamente encenações, "matando" a "verdadeira" viagem. Em ambos casos o debate centra-se na natureza dos objetos turísticos.

O segundo tema centra-se claramente numa perspetiva construtivista, para a qual a natureza dos objetos é socialmente construída, logo simbólica e distinta no âmbito de diferentes contextos sociais, trajetórias, habitus, gostos. São os atores que atribuem sentido, significado e estatuto aos objetos consumidos, tanto em função de contextos simbólicos como do papel que os produtores de símbolos, sejam entidades públicas, operadores turísticos ou média, desempenham no contexto da indústria turística.

O terceiro tema aborda a perspetiva dos pós-modernistas, segundo a qual a questão dos simulacros e da híper-realidade se sobrepõe ao debate da natureza dos objetos turísticos, centrando-se no consumo turístico, como mais uma variante do consumo de massas. Devedora das teses de Baudrillard e Eco, esta perspetiva postula no turismo a inexistência de autenticidade e suporta muitas das teses críticas do turismo de massas.

Finalmente, o último tema coloca o turismo no contexto da modernidade, sobretudo da modernidade tardia, onde contextualizado pelas problemáticas da desdiferenciação e da reflexividade se reflete sobre a pluralidade do consumo turístico, propondo uma deslocação clara da autenticidade dos objetos, para a autenticidade das experiências. Wang (1999; 2000; Uriely, 2005) propõe o conceito de autenticidade existencial para analisar a natureza da experiência turística, perspetiva presente nalguns dos autores mais representativos do campo, nomeadamente Larsen, Urry e Axhausen (2007) e Rojek (2010), ao postularem a crescente desdiferenciação da experiência turística no contexto dos outros aspetos da vida social, sejam o trabalho, o lazer e as obrigações familiares e sociais, recentrando a autenticidade nas relações intra e interpessoais.

A segunda parte do estudo, intitulada "Os Viajantes, as Viagens e o Turismo: Os Puros e Duros, Os Profissionais e Os Viajantes Turistas", analisa as representações dos viajantes entrevistados, agrupadas em quatro grandes categorias analíticas e apresentadas sob a forma de capítulos, a saber: "Do Olhar Romântico à Desdiferenciação", onde se analisam as dimensões da Viagem, do Viajante e do Exótico; um segundo capítulo, conceptualizando a representação do turismo e dos turistas: "Da Massificação à Responsabilidade", em que se analisam as representações das dimensões Turismo, Viajante e Turista; Aventura e Mudanças no Turismo. O terceiro capítulo, "Autenticidade Objetiva, Simbólica e Existencial", analisa as dimensões Modos de Vida, Autenticidade,

Imaginários e Itinerários, numa leitura que cruza trajetórias e representações sobre a viagem e o turismo.

As dez dimensões trabalhadas e que sustentaram tanto as categorias analíticas posteriores como as tipologias de viajantes foram as seguintes: Modos de Vida; Viajante e Turista; Viagem e Viajante; Turismo; Mudanças no Turismo; Imaginários; Autenticidade; Exótico; Aventura e Itinerários. São ainda analisadas duas outras categorias apenas para os quatro viajantes que, no contexto dos dezassete viajantes trabalhados, são simultaneamente operadores especializados de turismo/viagens "para viajantes" ou "turismo aventura" ou, como referiu um dos entrevistados, "viagens de experiência". Trata-se do próprio Projeto de Operador Turístico Especializado e da representação sobre o perfil e as motivações dos clientes destes viajantes operadores. As dimensões específicas para os Viajantes Operadores especializados serão tratadas no segundo capítulo, uma vez que espelham exemplarmente as representações e estratégias dos Viajantes Turistas autorrepresentados como promotores de um processo turístico que vai da massificação à responsabilidade, num processo de conhecimento e aprendizagem da viagem.

Dada a riqueza extraordinária do material recolhido, que se materializou em cerca de cinquenta horas de gravação integralmente transcritas, houve a opção de não transcrever e não tratar testemunhos íntimos e pessoais, que iriam muito para além do objetivo deste estudo. Depois de uma longa fase de tratamento, análise dos dados e distanciamento do objeto de estudo, optou-se por um processo de reaproximação com os discursos originais, que serão parcialmente transcritos, em discurso direto, contando a história das viagens e do turismo com uma textura, cor e autenticidade que a análises dos dados apenas seria incapaz de revelar.

Assim, a segunda parte deste trabalho está escrita na dupla perspetiva da análise e interpretação dos dados à luz dos quadros teóricos da sociologia do turismo, ilustrada pela restituição extensiva do discurso dos viajantes para que os leitores, de alguma forma, possam partilhar esta viagem.