

Verônica Werle

**TURISMO, FORMAÇÃO, INDÚSTRIA CULTURAL:
a experiência da excursão**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Área de concentração Sociologia e História da Educação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para obtenção do título de Doutora em Educação, sob a orientação do Prof. Dr. Alexandre Fernandez Vaz.

Florianópolis
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Werle, Verônica

Turismo, formação, indústria cultural : a
experiência da excursão / Verônica Werle ;
orientador, Alexandre Fernandez Vaz - SC, 2017.
302 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa
de Pós-Graduação em Educação, Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Educação. 2. Turismo. 3. Lazer. 4. Indústria
cultural. 5. Experiência. I. Vaz, Alexandre
Fernandez. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação. III.
Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
CURSO DE DOUTORADO EM EDUCAÇÃO

**"TURISMO, FORMAÇÃO, INDÚSTRIA CULTURAL: A EXPERIÊNCIA DA
EXCURSÃO"**

Tese submetida ao Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Educação do Centro de Ciências da Educação em cumprimento parcial para a obtenção do título de Doutor em Educação.

APROVADO PELA COMISSÃO EXAMINADORA em 20/02/2017

Dr. Alexandre Fernandez Vaz (PPGE/CED/UFSC – Orientador)

Dra. Ione Ribeiro Valle (PPGE/CED/UFSC – Examinadora)

Dr. Jaison José Bassani (DEF/CDS/UFSC - Examinador)

Dra. Ana Cristina Richter (Pós-Doutoranda-PPGE/CED/UFSC-Examinadora)

Dr. Bruno Pucci (UNIMEP-Examinador)

Dr. Emiliano Matias Gambarotta (Universidad Nacional de La Plata /CONICET - Examinador)

Dr. Christian Muleka Mwewa (UFMS – Suplente)

Dra. Clarícia Otto (PPGE/CED/UFSC – Suplente)

Verônica Werle

FLORIANÓPOLIS/SANTA CATARINA/FEVEREIRO/2017

Prof. Maria Hermínia Laffin
Vice-Coordenadora do PPGE/CED/UFSC
Portaria nº 1935

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Alexandre, pela confiança inicialmente e pela orientação generosa do trabalho e da vida acadêmica.

Aos meus pais, Marino e Claudete, pelo amor e apoio de sempre.

À minha irmã, Bibiana, por compartilhar as angústias e alegrias da vida acadêmica e, principalmente, pela grande amiga que se tornou.

Ao amado Diego, por ser uma presença carinhosa e de incentivo. Também pelas suas dicas nada convencionais para que esta tese fosse concluída.

Aos integrantes e amigos do Núcleo de Estudos e Pesquisas Educação e Sociedade Contemporânea (NEPESC – UFSC) e do Laboratório Pesquisa em Lazer e Atividade Física (LAPLAF – UDESC). Em especial à Alcyane, por ser um apoio e um exemplo importante na minha formação docente. Às queridas Juliana e a Giandra, pelo carinho e amizade que construímos nestes quatro anos.

Aos colegas e professores do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE-UFSC), pelas diferentes formas de participação na minha formação.

Ao Departamento Regional do SESC de Santa Catarina, por autorizar o desenvolvimento da pesquisa de campo, e aos turistas participantes da pesquisa, pela acolhida, confiança e disponibilidade para contribuir com este trabalho.

Ao Estado de Santa Catarina, pela bolsa de estudos UNIEDU/Pós-Graduação, concedida por meio do Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior – FUMDES.

RESUMO

No presente trabalho procuramos investigar a experiência do turista que viaja em excursão, tomando como objeto os aspectos formativos da sua relação com o tempo de lazer, com os objetos turísticos e com seus pares, o que não se deu sem a análise de parte da estrutura e dos mecanismos da excursão como produto mercadorizado, inserido, portanto, na lógica da indústria cultural. Considerando conceitos-chave da Teoria Crítica da Sociedade (indústria cultural, experiência, vivência, *Bildung*), entre outros, analisamos o movimento contraditório do turismo como mercadoria e como possibilidade de constituição de *experiências* por quem embarca nessa prática como opção de lazer. Para tanto acompanhamos 4 excursões realizadas na Região Sul do Brasil e entrevistamos 15 turistas, em sua maioria idosos. Entre os principais resultados destacamos que: a) a diversão orientada proporcionada pela excursão ocorre por meio de um conjunto de regras e normas implícitas e explícitas que compõem o que chamamos de *cartilha turística*, termo que expressa o caráter de *lazer total* do turismo; b) assim como toda a dinâmica turística, os estímulos oferecidos à visão, audição, ao paladar e tato constituem-se em entretenimento e, como tal, mercadorias de consumo destinadas a produzir sensações, ao que decorre o fortalecimento do processo de alienação sensorial; c) a visão possui papel central na excursão, sendo determinada como forma privilegiada (senão única) de apreensão da realidade e, ao mesmo tempo, determina os ritmos e os “conhecimentos” feitos na viagem; d) o turista assume uma disposição para *novidade* tornada *habitual* no interior da viagem, assim como dá preferência a uma relação de *proximidade* com os objetos turísticos ou não, o que se expressa, entre outros aspectos, no impulso de deles apropriar-se por meio de suas imagens e dados informativos; e) a excursão como um todo e as atividades que a compõem se sucedem para o turista como *vivência de choque*, implicando diretamente no enfraquecimento das forças mnemônicas (e por isso o caráter imprescindível do uso do recurso fotográfico) e miméticas (e por isso a valorização da apreensão direta do objeto pela informação); f) para os idosos, que já não trabalham formalmente, a viagem, assim como outras formas de lazer, parece ajudar a retomar um

ritmo de vida que se assemelha ao das atividades laborais, além de constituir-se em espaços de ocupação para o entretenimento e formação de biossociabilidades.

Palavras-chave: Turismo. Lazer. Indústria Cultural. Experiência.

ABSTRACT

TOURISM, EDUCATION, CULTURAL INDUSTRY: the excursion experience

In this work we research the tourist's experience in excursion, taking as objects the formative aspects of their relation with leisure time, tourist objects and their pairs. This was possible with the analysis of structures and mechanism of excursion as a commercial product of the cultural industry. Considering key concepts of the Critical Social Theory (cultural industry, experience, *shock experience*, *Bildung*), among others, we analyze the contradictory movement of tourism as a commodity and as a possibility for building *experiences* by those who embark on this practice as a leisure option. Therefore we got along four excursions in the south of Brazil and interview 15 tourists, most of than elders. Among the principal results we can highlight: a) the oriented entertainment provided by the excursion occur through many implicit and explicit rules that compose what we call "touristic manual", term that express the *total leisure* tourism character; b) as the touristic dynamics, the stimulus offered to vision, hearing, taste and touch consist in entertainment, as such consume products to create sensation, reinforcing the sensorial alienation process; c) the vision has central role in the excursion, it is determined as a privileged way, if not only, of comprehension of reality and, at the same time, set the rhythm of "knowledge" made at travel. d) the tourists have a propensity to *novelty* became *habitual* throughout the travel, as they rather a *close* relationship whit touristic objects, that is expressed, among other aspects, at the impulse to appropriate then by the images and informative data; e) the excursion and following activities happens to tourist as *shock experience*, what cause weakness of mnemonic (that is why the essential character of photographic resources) and mimetic strength (for this reason enrich the direct comprehension of object by the information); f) for retired elders, traveling and other kinds of leisure activities seems to help them to recover the pace of labor life, besides to constitute entertainment and biosociability spaces.

Keywords: Tourism. Leisure. Cultural Industry. Experience.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pórtico de Gramado via Nova Petrópolis	93
Figura 2 - Imagem de divulgação da excursão “Magia de Natal em Blumenau”	95
Figura 3 - Imagem de divulgação da excursão “Natal Encantado em Curitiba”	96
Figura 4 - Trem Serra do Mar	96
Figura 5 - Imagem de divulgação da excursão “Colheita da Maçã”. ...	97

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comparativo de uma excursão entre a Empresa A e o PTS do SESC.....	33
Quadro 2 - Demonstrativo do roteiro realizado no dia 06 de dezembro de 2014 durante a excursão “Magia de Natal em Blumenau”	104
Quadro 3 - Categorias de objetos turísticos por excursão realizada....	143
Quadro 4 - Demonstrativo do roteiro realizado no dia 13 de dezembro de 2014 durante a excursão “Natal Encantado em Curitiba”	195

LISTA DE ABREVIATURAS

E.V.A.	<i>Ethylene Vinyl Acetat</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICOM	<i>Internacional Council of Museums</i>
PIB	Produto Interno Bruto
PTS	Programa Turismo Social
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SESC	Serviço Social do Comércio
SESI	Serviço Social da Indústria
SRO	Serviço de Recreação Operária
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFSC	Universidade Federal da Santa Catarina

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
PARTE I: LAZER, TURISMO, INDÚSTRIA CULTURAL, EXPERIÊNCIA.....	19
PARTE II: A REALIDADE COMO PONTO DE PARTIDA: O PROGRAMA TURISMO SOCIAL, AS EXCURSÕES E OS PARTICIPANTES.	27
1 DA CLÁSSICA VIAGEM AO TURISMO MODERNO: ALGUNS APONTAMENTOS.....	45
1.1 OS (NÃO) LUGARES DA AVENTURA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CONTEMPORÂNEA	55
1.2 OS (NÃO) LUGARES DA DIVERSÃO NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CONTEMPORÂNEA	71
2 TREINAMENTO DOS SENTIDOS NO TURISMO	87
2.1 OLHAR E REGISTRAR	90
2.2 TOCAR, SABOREAR, OUVIR, CHEIRAR... CONSUMIR	119
2.3 O CORPO QUE VIAJA.....	134
3 AS RELAÇÕES ENTRE O TURISTA E OS OBJETOS TURÍSTICOS: A NOVIDADE, A PROXIMIDADE E A MONOTONIA.....	141
3.1 OBJETOS TURÍSTICOS: A NATUREZA, A HISTÓRIA, O COMÉRCIO E O ESPETÁCULO	141
3.2 A BUSCA POR OBJETOS “DIFERENTES” E DISTANTES	167
3.3 A POSSIBILIDADE DA DESCOBERTA DO NOVO E <i>DISTANTE</i>	172
3.4 A BUSCA POR ROTINAS “DIFERENTES”: MONOTONIA E DISTRAÇÃO.....	190
4 A RELAÇÃO DA VIAGEM COM O CONHECIMENTO: “COMO DIZ UM COLEGA, VIAJAR TAMBÉM É CULTURA”	207

4.1 A VISÃO E A INFORMAÇÃO COMO FORMAS DE “CONHECER” NA EXCURSÃO	217
4.2 TURISMO DE EXPERIÊNCIA	230
5 VELHOS TURISTAS	239
5.1 “AMIZADES DE EXCURSÃO” E BIOSOCIABILIDADE	241
5.2 COMÉRCIO AFETIVO, ESPAÇO E VIDA FAMILIAR.....	251
5.3 PROJETOS DE VIDA HEDONISTAS E SOCIABILIDADES COEXISTENTES	265
CONSIDERAÇÕES FINAIS	275
REFERÊNCIAS.....	283
APÊNDICE A - Informações sobre a história, as atividades econômicas e turísticas das principais cidades visitadas	295
APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	299
APÊNDICE C – Roteiro de entrevista	301

INTRODUÇÃO

PARTE I: LAZER, TURISMO, INDÚSTRIA CULTURAL, EXPERIÊNCIA.

Perguntar-se sobre o que fazer no “tempo livre” só faz sentido a partir do momento em que este tempo é concebido como uma sobra das atividades sérias e importantes e que precisa ser preenchido. De outro modo, se todas as atividades e interesses se constituíssem em momentos integrais da vida (ADORNO, 2015), a pergunta deixaria de fazer sentido. No entanto, essa tem sido uma questão permanente em uma sociedade que deposita pouca esperança de realização no trabalho e, ao mesmo tempo, pouco sabe como se realizar fora dele, já que a busca por lazer segue frequentemente uma tendência aleatória de atividades cuja satisfação não dura mais que o instante mesmo de sua realização, exigindo sua renovação constante.

A expectativa de um tempo de prazer, liberdade e espontaneidade, no qual manifestaríamos quem realmente somos, e faríamos o que realmente desejássemos, se reflete no alto investimento (financeiro, físico, emocional) que as pessoas fazem para desfrutar de alguma diversão ao final da semana de trabalho, nas férias ao final do ano ou no período de aposentadoria, depois de uma vida inteira de trabalho. Diante deste contexto, diversos produtos culturais mercadorizados são apresentados com a promessa de satisfazer toda a esperança de felicidade depositada no tempo pós-trabalho. Dentre eles, a viagem, convertida em turismo, é objeto de desejo e de consumo privilegiado¹, sendo um produto cada vez mais acessível no mercado do entretenimento, na forma de pacotes, excursões e passeios turísticos,

¹ Além do esporte, o turismo é o único conteúdo cultural que é objeto de intervenção específica do poder executivo brasileiro por meio de um Ministério. A política do Ministério do Turismo é essencialmente voltada ao desenvolvimento da área como atividade econômica, com foco na infraestrutura, na qualificação dos profissionais e na comercialização dos destinos turísticos em âmbito nacional. Outras áreas como a música, a dança e o cinema são concentradas no Ministério da Cultura, que além de uma política voltada ao desenvolvimento econômico destes segmentos, possui programas de fomento, incentivo e preservação do patrimônio histórico e artístico.

concorrendo para tal o barateamento dos velozes meios de transporte. A amplitude e visibilidade que a prática alcançou na vida contemporânea podem ser prontamente observadas pelo espaço que o tema ocupa em canais de televisão abertos, pagos e online², nos cadernos de jornais de circulação nacional e estadual, na quantidade e no marketing de agências de turismo com as quais nos deparamos nos médios e grandes centros urbanos, bem como no aumento do universo de serviços relacionados com este fenômeno³, algo que se torna expressivo especialmente nas cidades (auto) rotuladas como turísticas, como é o caso de Florianópolis⁴, lugar de onde falamos. Mais do que apenas uma opção à disposição dos consumidores, o turismo é valorizado porque ainda contempla, no imaginário social, ideais nobres ligados à formação e ao desenvolvimento cultural, ao mesmo tempo em que cumpre o papel de entreter como poucas outras atividades de lazer, o que se deve à quantidade de tempo envolvida na prática e à infinidade de “objetos do olhar” (URRY, 1996) que oferece ao indivíduo. Além disso, o turismo também tem cumprido um importante papel na ideologia do “bem-estar” contemporâneo, como expressão de um desempenho social e moral exigidos do corpo e como mecanismo de sociabilidade, especialmente entre os idosos, como mostraremos ao longo do trabalho.

Não é estranho, portanto, o desenvolvimento de iniciativas públicas e privadas que ofereçam o turismo como um “direito”, tão gratuito como obrigatório, e que a população o exija de tal forma. Assim como as conhecidas agências de turismo, cada vez mais especializadas, seja em relação aos espaços e objetos de olhar (turismo rural, ecoturismo, turismo histórico-cultural), ou em relação ao público alvo

² São exemplos de programas: Destinos Lua de Mel, Mochileiros, Viajante 5 Estrelas, Top 5 América Latina, além dos canais com intensa programação de turismo e viagens: Discovery Travel & Living, FOX Life, Multishow, GNT, Glitz. Na TV aberta o tema do turismo também ocupa lugar especial, seja mostrando as viagens dos famosos na vida real ou de seus personagens nas novelas, e ainda em programas como Estrelas e Globo Repórter da Rede Globo.

³ O setor de turismo envolve pelo menos 9 segmentos empresariais que ainda se dividem em uma série de outros setores e serviços: organizadores de eventos, agências de viagens, promotores de férias, meios de hospedagem, transporte aéreo, operadoras de turismo, locadoras de Automóveis, transporte rodoviário, e turismo receptivo (BRASIL, 2013).

⁴ Entre outros prêmios, em 2014, Florianópolis foi eleita como o quinto melhor destino turístico do Brasil na pesquisa realizada pelo site Tripadvisor Brasil, um dos principais do setor.

(escolares, idosos), também existem programas e projetos alternativos que incentivam o turismo por meio de subsídios, como o Projeto Viaja Mais – Melhor Idade, do Governo Federal⁵, e o Programa Turismo Social (PTS) do Serviço Social Comércio (SESC), lócus da nossa investigação.

O supracitado Programa existe desde a década de 1990 e, em correspondência com a proposta de institucionalização organizada e educativa do “tempo livre” do SESC, objetiva oferecer viagens turísticas a custos reduzidos, especialmente para seus associados, os trabalhadores do comércio de bens e serviços. O Programa está inserido na área do Lazer, uma dentre as cinco de atuação do SESC (Educação, Cultura, Assistência Social e Saúde) e é desenvolvido nacionalmente, com diferentes propostas turísticas oferecidas em cada Estado. No caso de Santa Catarina, oferece passeios e excursões especialmente para destinos estaduais historicamente consolidados como turísticos, embora também haja viagens nacionais e internacionais. A maioria das excursões são de 2, 3 ou 4 dias, sendo realizadas especialmente aos fins de semana, feriados e férias escolares, quando o trabalhador estaria “livre” do trabalho.

A pesquisa que desenvolvemos teve como objetivo investigar a experiência do turista que viaja em excursão pelo PTS do SESC, tomando como objeto os aspectos formativos da sua relação com o tempo de lazer, com os objetos turísticos e com os demais turistas. Para tanto realizamos uma pesquisa empírica na qual acompanhamos quatro excursões, executando 13 entrevistas, entre dezembro de 2014 a abril de 2015.

O interesse nesta temática surgiu de uma “pesquisa exploratória” em diferentes espaços públicos da cidade de Florianópolis que pudessem contribuir para a compreensão das interfaces do lazer no contemporâneo. Realizamos observações em parques públicos, no centro histórico, nos pontos turísticos, nos cafés, nas livrarias e, inclusive, nas principais ruas e passeios públicos da cidade.

Durante esse período, chamou-nos atenção uma situação com um grupo de turistas idosos que literalmente cruzou nosso caminho

⁵ O Projeto Viaja Mais - Melhor Idade foi criado para “incluir” pessoas com mais de 60 anos no mercado de viagens, por meio da concessão de descontos e condições especiais para pagamento de pacotes de viagens. Até o momento foram realizadas duas edições, de 2007 a 2010 e de 2013 a 2015. Mais informações podem ser consultadas em: <<http://www.viajamais.gov.br/vm/>>. Acesso em: 15 dez. 2016.

enquanto passávamos em frente ao Museu Histórico de Santa Catarina⁶. Como estávamos em frente à porta de entrada do Museu no momento em que a caravana adentrava no espaço, fomos levados de forma praticamente inevitável a acompanhá-los em sua visita. Permaneceram no espaço por cerca de oito minutos, tempo em que caminharam no andar térreo e passaram os olhos na exposição sobre a aviação catarinense (detendo-se por segundos nos protótipos de avião), a maioria foi ao banheiro, alguns se sentaram, tiraram fotos e, em seguida, foram apressados e agrupados pelo guia na porta de saída do Museu a fim de se dirigirem ao próximo ponto turístico da cidade.

A descrição ilustra o ponto de partida dos questionamentos que nos acompanharam desde então: Quem são estes turistas? O que buscam com a viagem e o que levam dela? Que experiência pretendem/desejam ter com a viagem e o que ela proporciona de fato? De que formas a atividade turística é expressão do espírito do nosso tempo? Em que medida ela reforça ou constitui a nossa subjetividade? Que sentidos e que percepções ela favorece e ou desperta? Ou, que experiência poderia proporcionar?

Entendemos que o que fazemos no “tempo livre” e como fazemos, diz muito sobre nossa (en)formação subjetiva e sobre a dinâmica social contemporânea. No turismo isto é exacerbado, afinal, não se trata de algumas horas de lazer, da ida ao cinema ou a um jogo de futebol, ser turista é “tarefa” para ser cumprida do café da manhã à noite, um dia após o outro durante a viagem. Não por acaso, alguns autores (BAUMAN, 1998; COSTA, 2005; MAFFESOLI, 2001)⁷

⁶ O Museu Histórico de Santa Catarina está localizado na região central de Florianópolis em um edifício histórico, o Palácio Cruz e Souza, assim nomeado em homenagem ao grande poeta simbolista brasileiro, nascido em Florianópolis. Em responsabilidade do Museu estão acervos arquitetônicos, arqueológicos, bibliográficos e museológicos relacionados à história de Santa Catarina.

⁷ Bauman (1998), em *O Mal-estar da Pós-modernidade* utiliza a metáfora do peregrino e do turista para dar sustentação ao contraste entre as identidades e relações na modernidade e pós-modernidade. O sujeito moderno é reconhecido na figura do peregrino, para o qual a construção da identidade se dá no percurso em busca do sentido da vida e do contato consigo, o que exige o deslocamento pelos caminhos sólidos das relações, dos valores e dos projetos duradouros. Já na pós-modernidade, a figura metafórica utilizada é o turista, voltado para exterioridade, para o que o mundo pode lhe fornecer de sensações, por isso ele está sempre na expectativa de chegar a um novo destino, e evita relações duradouras com as coisas e com as pessoas.

utilizam a personagem turista como metáfora para exemplificar suas análises sobre as experiências e as sociabilidades, entre outras relações contemporâneas.

Na perspectiva aqui adotada, entendemos que o turismo é constituído pelos esquemas da indústria cultural, conforme elaboraram o conceito Horkheimer e Adorno (2015), o que significa que a sua produção e reprodução passa por um processo no qual são empregadas técnicas materiais e objetivas, tal como é realizado com qualquer outra mercadoria. A constatação e a crítica dos autores recaem sobre a padronização dos produtos mercadorizados, de modo a estarem encerrados no sempre igual dos conteúdos e formas, dificultando a recepção crítica e criativa.

Os esquemas da indústria cultural também envolvem a criação de mecanismos de produção de necessidades de consumo dos seus produtos, conformando demandas relativas aos nossos desejos (HORKHEIMER; ADORNO, 2015), e assim determinam o que é bom ou não, o que é objeto de gozo ou não, o que é mais ou menos satisfatório no rol de atividades disponibilizadas comercialmente.

Como resultado temos a produção de uma cultura “produzida na esfera da circulação e do consumo para o entretenimento e a ocupação do ‘tempo livre’” (VAZ, 2006b, p. 25). Não se trata, portanto, de produtos e atividades exteriores à dinâmica de exploração da sociedade capitalista, tampouco de livre fruição ou exercício da vontade, senão da ilusão da possibilidade de escolha (ADORNO, 2015). Esta perspectiva se contrapõe a abordagens clássicas sobre lazer difundidas no Brasil, como a do sociólogo francês Dumazedier (2001), segundo a qual liberdade e satisfação constituem o caráter daquilo que fazemos depois do trabalho e outras obrigações institucionais. O conjunto de ocupações e distrações vividas neste período é defendido como parte da fruição da cultura, quando, no entanto, visam à manutenção e recuperação das forças produtivas.

Tendo em vista a condição de mercadoria do turismo, faz sentido a constatação de De Botton (2003, p. 17) de que “somos inundados de conselhos sobre os lugares *aonde* devemos ir, mas ouvimos pouquíssimo sobre *por que* e *como* deveríamos ir”. Certamente não pretendemos responder sobre o como e o porquê se “deve” viajar, como se houvesse uma normatização para ser um “bom” turista ou viajante,

Maffesoli (2001), também analisa o homem pós-moderno a partir da figura do viajante, sempre em deslocamento, numa busca sem fim por novos destinos e aventuras, o que denomina de “pulsão de errância”.

mas nos perguntamos sobre como se tem viajado e porque se tem viajado, tendo como foco um sujeito da (e à esta) prática: o turista e suas experiências, destacadamente, a forma como percebe, recebe e se relaciona com as coisas e com os outros.

Para tanto, inspiramo-nos pela noção de *experiência*⁸ formulada por Walter Benjamin a partir do diagnóstico que faz da modernidade. Este período histórico, que inaugura as práticas de lazer e o “tempo livre”, no qual o turismo faz parte, carrega as marcas de avanços técnicos sem precedentes, do acelerado processo de urbanização e do surgimento da capacidade que parece ilimitada de produção de mercadorias e serviços.

Para Benjamin, as condições sociais oriundas dessas mudanças, acentuadas ao longo do século XX, acarretaram alterações na estrutura subjetiva dos indivíduos e no desenvolvimento de sensibilidades próprias aos tempos modernos, transformando sua *experiência*. Antes de um conceito fixo, *experiência* se caracteriza mais como uma noção, que ganha densidade pela articulação com uma gama de outros conceitos (memória, choque, aura...) assim como pelos seus desdobramentos (mimese, tédio...) tomando a forma de um mosaico teórico que conduz a um movimento do pensamento.

Os estudos sobre *experiência* fazem parte de uma obra considerada interdisciplinar, em que Benjamin mobiliza e relaciona temas diversificados que incluem a infância, a juventude, as cidades e as próprias viagens⁹. O ato de viajar, inclusive, é significativo na formulação desta noção. Nas sociedades tradicionais, andar por terras distantes como um viajante ou viver por muito tempo como um camponês sedentário conferia autoridade para a narrativa destas personagens que integravam suas *experiências* à memória da comunidade e por ela eram atualizadas num movimento de apropriação,

⁸ A palavra *experiência* é recorrente ao longo do texto. Quando nos referirmos especificamente à noção de *experiência* cunhada por Benjamin, ela será grafada em itálico, de outro modo, quando estivermos nos referindo de modo genérico ao que se passa com o indivíduo ao viver determinadas situações ou como apreende e se relaciona com as coisas e com o mundo, a palavra aparece conforme o padrão gráfico geral.

⁹ Apesar de o tema da *experiência* atravessar grande parte da obra de Benjamin (GAGNEBIN, 2012), é particularmente em três textos que a temática ganha profundidade teórica: *Experiência e pobreza*, de 1933 (BENJAMIN, 2012c), *O Narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov*, de 1936 (BENJAMIN, 2012e) e *Sobre alguns temas em Baudelaire*, de 1939 (BENJAMIN, 1994d).

troca e ressignificação coletiva de saberes (BENJAMIN, 2012e). Não por um acaso que “No idioma alemão, *fahren* – viajar, percorrer – possui o mesmo radical de *Erfahrung* – experiência – e *Erfahren* – experienciar” (VAZ, 2006a, p. 49).¹⁰

A partir do surgimento de organizações sociais complexas e especializadas, dos novos ritmos de vida nas grandes cidades e do predomínio da dimensão técnico-instrumental nas diversas esferas da vida, a *Erfahrung* (*experiência*) entra em declínio, cedendo lugar para a *Erlebnis* (*vivência*). Esta, que se constitui na forma de experiência predominante a partir da modernidade, é formada, entre outros elementos, por uma percepção de tempo mais acelerada, pelo afastamento do qualitativo nas relações humanas e pela supremacia de formas de saber associadas à informação e ao conhecimento científico.

Apesar do diagnóstico de Benjamin sinalizar o enfraquecimento da *experiência*, seus estudos conservam certa ambivalência em relação à possibilidade de uma reconstrução; mais do que isso, parecem assinalar caminhos que focalizam possibilidades de construção de uma nova *experiência*, ou de novas práticas estéticas (BENJAMIN, 2012b, 2012c, AGAMBEN, 2005).

Também é importante considerar que as análises do autor expressam, em certa medida, o testemunho crítico do seu próprio tempo. Assim como ele reflete e desenvolve suas teorias sobre as estruturas e as transformações da *Erfahrung* (*experiência*), observando o cenário de modernização das cidades, também vive e descreve suas próprias experiências como personagem inserido neste processo de reorganização social, inclusive como viajante¹¹. Apesar do contexto contemporâneo já não corresponder àquele descrito por Benjamin na primeira metade do século XX, as categorias e os conceitos pelos quais o autor consegue deflagrar as transformações na subjetividade humana, ajudam a reflexão sobre o papel do turismo na formação da subjetividade hoje.

Nosso trabalho foi construído tendo em vista este duplo aspecto que apresentamos: os processos de transformação da percepção e da sensibilidade a partir da modernidade e sua intensificação no

¹⁰ Conforme indicado por Vaz (2006a), a explicação está presente na obra *História e narração em Walter Benjamin* de Jeanne-Marie Gagnebin (1994).

¹¹ Entre os principais relatos de viagem de Benjamin estão o conjunto de textos *Imagens do pensamento* (BENJAMIN, 2012d) e o livro *Diário de Moscou* (BENJAMIN, 1989), em que o autor descreve suas percepções sobre a capital soviética “pela arte de leitura fisiognômica da cidade” (BOLLE, 1990, p. 118).

contemporâneo, bem como a constituição do turismo pelos esquemas da indústria cultural. Procuramos realizar nossas análises considerando estas dimensões de forma complementar e recíproca, num exercício de diálogo, nem sempre equilibrado, entre os mecanismos do turismo como mercadoria e a constituição das experiências de quem “embarca” nesta prática como opção de lazer. Tendo isto em vista, como desdobramento do objetivo geral assinalado, ocupamo-nos em descrever e compreender como a viagem contribui na formação subjetiva dos turistas, em analisar as percepções e os sentidos que os turistas atribuem e como lhes afetam o durante e o após a viagem, e em compreender o papel da viagem num contexto mais amplo da vida cotidiana dos sujeitos investigados.

Além desta introdução, a tese é composta de cinco capítulos e as considerações finais. A introdução é dividida em duas partes, esta, na qual situamos o leitor em relação à temática, objetivos e às principais perspectivas teóricas adotadas, e a segunda, na qual descrevemos de forma mais detalhada o PTS (Programa Turismo Social), as excursões e os participantes do estudo e, à medida que estas informações são apresentadas, também mostramos o percurso metodológico utilizado.

Nas análises dos capítulos desenvolvidos, não seguimos uma ordem temporal relacionada às etapas da viagem ou à sequência das situações que vivenciamos na excursão, antes disso, construímos cada um deles em função de categorias temáticas que emergiram do campo: Capítulo 1 – aventura e diversão como disciplina e consumo; Capítulo 2 – a formação dos sentidos humanos (visão, audição, paladar, tato e olfato); Capítulo 3 – a relação com os objetos turísticos; Capítulo 4 – viagem como conhecimento e Capítulo 5 – sociabilidades.

Embora as análises de cada capítulo conservem certa autonomia em relação aos demais, não sendo obrigatória a sua leitura em sequência, em alguns momentos fazemos referência às situações e aos conceitos trabalhados em capítulos anteriores, sendo que a sua leitura pode ajudar no entendimento das análises naqueles subsequentes. Observamos, ainda, que as citações diretas das entrevistas, com menos de quatro linhas, estão grafadas em *itálico* para facilitar sua identificação. As demais seguem a mesma padronização gráfica das citações de outras fontes, como livros e artigos, por exemplo.

As informações sobre as citações de entrevistas e diário de campo estão disponíveis na segunda parte da introdução, mas também ao longo do texto, evitando que o leitor tenha que voltar ao começo a todo o momento. A exceção é a informação relativa às datas das viagens, que não sentimos necessidade de repetir, por não interferirem diretamente na análise. Por último, nas considerações finais, retomamos os principais

aspectos de cada capítulo para colocá-los em diálogo com os objetivos propostos.

PARTE II: A REALIDADE COMO PONTO DE PARTIDA: O PROGRAMA TURISMO SOCIAL, AS EXCURSÕES E OS PARTICIPANTES.

Dizer que o estudo focaliza o turismo, como prática de lazer, ou o turista, mais especificamente, não é suficiente para o delimitarmos frente à diversidade de possibilidade pelas quais podemos viajar atualmente. É cada vez mais preciso dizer qual turismo/turista se pretende olhar (analisar). Nossa pesquisa foi realizada com a modalidade de turismo de excursão, que se caracteriza por ser um tipo de viagem organizada por agências de viagens com um roteiro e uma programação pré-estabelecida para um grupo de turistas. Trata-se de uma forma mais econômica e fácil de viajar, já que não é necessário esforço em relação a reservas, itinerários ou transportes. Esta modalidade turística oferece maiores condições de investigação empírica, comparada ao pacote turístico e ao turismo independente, devido à programação ser realizada em grupo, permitindo-nos o contato permanente com os turistas.

No caso do pacote, as viagens também são organizadas por agências de turismo, mas estão inclusos apenas o transporte e a hospedagem, o roteiro e os passeios são adquiridos separadamente conforme os interesses individuais. A viagem independente é aquela em que o turista se responsabiliza e define todas as fases, roteiros e dinâmica da viagem, com transporte próprio.

A prática da excursão é comumente realizada com grupos de crianças e adolescentes em atividades escolares ou com grupos de idosos. No primeiro caso, a excursão justifica-se pela necessidade de proteger o estudante, que ainda está aprendendo a se deslocar sozinho, a se organizar com as atividades pessoais diárias, a se responsabilizar pelas suas tarefas individuais e em grupo e, supostamente, está sendo educado para ter seus sentidos ampliados junto à sua compreensão sobre o mundo. No caso das pessoas da terceira idade, a excursão aparece justificada, num primeiro momento, devido ao suporte que ela proporciona frente às supostas limitações físicas e cognitivas daqueles sujeitos. No entanto, como tentamos demonstrar ao longo do trabalho, o

público idoso em muitas situações recebe um tratamento tutelar, tal qual aquele oferecido para a criança.

O SESC é uma das empresas que realiza turismo em excursão em Florianópolis, por meio do já citado Programa Turismo Social (PTS). Elegemos esta instituição como intermediadora da nossa aproximação com os sujeitos de estudos em função da nossa facilidade de contato com os responsáveis pelo setor de turismo, pelos custos reduzidos das viagens, conforme explicitaremos a diante e, também, devido ao compromisso do SESC com o desenvolvimento científico e profissional para com todas as suas áreas de atuação e sua contribuição histórica para o lazer no Brasil¹², aspectos que facilitaram o acolhimento por parte da instituição para que esta pesquisa fosse realizada.

O SESC, juntamente ao Serviço Social da Indústria (SESI) foi criado em 1946, como instituição de direito privado, mantida pela contribuição patronal, com o objetivo de ofertar serviços sociais aos trabalhadores do comércio e sua família, mas também uma forma de conter as tensões entre trabalhadores e empregadores, como observa Werneck (2003). O cenário social e político da época contribuiu decisivamente para a criação destas instituições.

Por um lado, explica Werneck (2003), a crescente industrialização e a urbanização favoreceram a multiplicação de sindicatos e movimentos trabalhistas em busca dos seus direitos, por outro lado, o momento de democratização pelo qual passava o país favoreceu a conquista de direitos, como a diminuição da carga horária de trabalho e o acesso a serviços sociais.

Inicialmente, o SESC e o SESI privilegiaram a oferta de serviços relacionados a setores considerados mais necessários, como educação e saúde, porém, já na década de 1950 assumem iniciativas voltadas à recreação e à cultura, sendo que, na década seguinte, o lazer passou a ser uma das áreas de ação prioritárias do SESC (WERNECK, 2003).

Em estudo sobre o processo de institucionalização do lazer no Brasil, Werneck (2003) esclarece que o SESC e o SESI implementaram

¹² O SESC é uma instituição importante na história do lazer do Brasil e, embora criada para atender especialmente às demandas de saúde e educação dos trabalhadores, junto ao Serviço Social da Indústria (SESI), em 1950 criou a Divisão de Recreação e Cultura e na década seguinte assumiu o lazer como uma de suas prioridades (WERNECK, 2003). O SESC também foi promovedor de um dos primeiros eventos específicos no Brasil, o *Seminário sobre lazer: perspectiva para uma cidade que trabalha*, realizado em 1969, com grande repercussão nacional (GOMES; MELO, 2003).

ações no sentido de complementar as atividades desenvolvidas pelo Serviço de Recreação Operária (SRO), órgão criado em 1940 pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. Este órgão foi criado pelo poder público a partir da constatação da necessidade do “bom uso” das horas de lazer dos trabalhadores, já que a diminuição das horas de trabalho e, conseqüentemente, o aumento das horas livres, abririam caminho para os vícios, a promiscuidade e a ociosidade (WERNECK, 2003).

A autora explica que, com intuito de evitar a degradação da sociedade:

o poder público federal assumiu a responsabilidade de preencher os momentos de lazer do operariado com propostas de recreação orientada, ou seja, com diversão saudável, educativa e socialmente útil. O significado de recreação, desta maneira, correspondeu à utilização adequada das horas de lazer dos trabalhadores sindicalizados e suas famílias (WERNECK, 2003, p.292).

Apesar de a institucionalização do lazer estar relacionada a um forte mecanismo de controle social, concordamos com Werneck (2003) que ela também possibilitou a disseminação de diversas práticas culturais e de oportunidade de interação social para diversas camadas sociais, proporcionando, muitas vezes, práticas enriquecedoras aos participantes.

Na esteira do processo de institucionalização do lazer, portanto, da necessidade de organização racional do “tempo livre”, especialmente das camadas trabalhadores, o SESC desenvolveu-se com força e com recursos imensamente maiores que os destinados ao Serviço de Recreação Operária, que deixa de funcionar em 1967. Podemos entender que, assim que o SESC e o SESI consolidaram suas ações na organização do lazer dos trabalhadores, o Estado recuou de suas ações, de forma a que o Ministério do Trabalho voltou a focar nas questões diretamente relacionadas ao trabalho, como explica Werneck (2003).

Desde então, o SESC tem atuado de forma significativa no desenvolvimento de práticas culturais de lazer para a população brasileira. O turismo esteve presente como área de atuação desde as primeiras iniciativas do Setor de Lazer do SESC, por meio da implantação das Colônias de Férias, que são estruturas de hospedagem, e das Caravanas de Turismo, que são os passeios e as viagens promovidos para grupos. Ambas as ações estavam e ainda estão

marcadas pelo caráter social, portanto, “na emancipação para o turismo de grupo, cuja condição socioeconômica e cultural não lhes permitiria o acesso ao produto turístico” (SESC, 2007, p. 6).

A nova Política de Lazer da instituição (SESC, 2012), aponta para a necessidade de desenvolvimento de uma proposta educativa para o lazer, em que “as pessoas teriam oportunidades de se afastar dos condicionamentos do dia a dia e experimentar outros olhares e sensibilidades” (SESC, 2012, p. 15). A ação educativa do lazer apresentada no documento intenciona a construção de modos particulares e pessoais de sensibilidade, de relações, de criatividade e de crítica, pressupõe, portanto, a importância do lazer na produção de uma subjetividade singular. Nas palavras do documento:

Nas várias esferas de vivência do lazer, seja em conteúdos simples ou complexos, do universo sociocultural, os indivíduos devem ser estimulados a novos olhares e experiências, a quebrar padrões, a procurar conhecer a si próprio e ao mundo (e os mundos). Por meio de processos efetivamente educativos, acredita-se que será possível contribuir para o desenvolvimento da crítica, da criação, da autonomia, do autoconhecimento, entre outros, a fim de que as pessoas estejam mais conscientes de suas vontades e desejos, menos reféns de estímulos exteriores e mais aptas a fazerem escolhas (SESC, 2012, p. 16).

Atualmente, o SESC possui 500 unidades de atendimento (fixas e móveis), abrangendo todos os estados brasileiros. Destas, 43 são caracterizadas como Meios de Hospedagem, em substituição às antigas Colônias de Férias, constituindo o chamado Turismo Receptivo. Quanto ao Turismo Emissivo, as antigas Caravanas de Turismo, transformaram-se no Programa Turismo Social (PTS).

Embora todas as atividades do PTS caracterizarem-se como excursões, ou seja, viagens em grupo com toda a programação determinada, o SESC ainda diferencia suas atividades entre passeios e excursões, conforme a duração. O passeio consiste numa viagem curta, de no máximo um dia, sem pernoite, diferente da excursão, que consiste em viagens mais longas, com pernoite, preferencialmente nas férias

escolares, feriados e finais de semana, como orienta o Modelo de Atividade Turismo Social (2007)¹³ do SESC.

A grande maioria dos passeios e excursões no portfólio da Unidade do SESC de Florianópolis segue estas orientações, são excursões de 2, 3 ou 4 dias para destinos que se encontram nos três Estados da Região Sul do país (Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Paraná), sendo exemplos aquelas que acompanhamos para Gramado (RS), Curitiba (PR) e Blumenau (SC). Mas há também excursões mais longas, de cerca de uma semana, para destinos nacionais, fora da Região Sul, como as viagens para Paconé - Pantanal (MT), Rio de Janeiro (RJ) e Caldas Novas (GO). Entre as viagens curtas, de um dia, encontra-se o passeio ao Farol de Santa Marta, em Laguna (SC), o Passeio de Barco à Ilha de Porto Belo, em Porto Belo (SC) e o Passeio de Teleférico no Parque Unipraias, em Balneário Camboriú (SC).

Recentemente, a Unidade do SESC, em Florianópolis, realizou a primeira viagem internacional, foram 15 dias em Portugal, e as próximas já estavam sendo organizadas, devido à alta procura obtida para este destino, conforme relatou uma das funcionárias do SESC em conversas informais que tivemos com a equipe do PTS.

Em relação aos destinos, nos foi relatado que eles são definidos em virtude da procura e solicitação dos próprios turistas, além de ser observado se há hotel do SESC ou similar na região a que se pretende viajar, contribuindo para o barateamento do processo, e se o hotel oferece atrações próprias, como é exemplo o Hotel do SESC de Caldas Novas, que possui piscinas com águas termais.

Na perspectiva das funcionárias, os destinos mais solicitados são Gramado, Pousada Rural de Lages, Pantanal e Rio de Janeiro. Aqui cabe uma observação sobre a relação próxima existente entre as funcionárias e os clientes, em sua maioria idosos. Conforme pudemos constatar sempre que fomos à Unidade do SESC solicitar alguma informação ou fazer a compra da viagem para a pesquisa, clientes e funcionários se chamavam pelo nome e perguntavam por questões pessoais uns dos

¹³ Como parte do lazer institucionalizado, o Turismo Social do SESC encontra-se, a nosso ver, em um nível de organização e sistematização bastante elevado, inclusive por meio de publicações de modelos e módulos de orientação para instalações, equipamentos, programações e atividades. Uma destas publicações é o *Modelo de Atividade Turismo Social, Módulo de Programação: Turismo Emissivo* (SESC, 2007), que descreve alguns aspectos importantes para compreensão do planejamento, procedimentos e operacionalização desta atividade promovida pelo SESC.

outros. Além disso, é comum os funcionários ligarem para as casas dos clientes informando das viagens que já sabem que eles desejam fazer.

Apesar de haver um público fiel, que viaja muitas vezes por meio do PTS, diversas excursões se repetem ao longo do ano e também de um ano para o outro, como podemos observar ao acompanharmos o respectivo site.¹⁴ Isso não parece ser um problema para os turistas que viajam muitas vezes aos mesmos lugares, especialmente para aqueles que a atração da viagem se constitui no próprio hotel, pela sua infraestrutura de lazer.

Apesar de a proposta educativa que nos parece assinalar para o desenvolvimento de formas de lazer contra-hegemônicas, os destinos oferecidos pelo PTS assemelham-se aos de outras agências de pequeno e médio porte que oferecem viagens de excursão, conforme pudemos verificar em buscas pela internet. O que as diferencia é que as agências possuem maior número de opções de viagem com destinos internacionais, enquanto que o PTS oferece alguns roteiros próprios que, segundo a fala de um dos guias e de alguns turistas, são mais culturais do que o de outras agências. Entre eles estão a excursão nomeada Acolhida na Colônia, a Colheita da Maçã, em São Joaquim e o Carnaval de Nova Veneza. A viagem é totalmente programada pelo SESC e disponibilizada como um produto “pronto” para o cliente, na forma de um roteiro turístico (itinerário composto por atrações e serviços específicos) com um programa (conjunto de atividades desenvolvidas a partir do roteiro). Assim como os destinos, os roteiros também são bastante semelhantes àqueles elaborados por outras empresas de turismo que oferecem excursões, o que pode ser observado no exemplo a seguir.

¹⁴ Site do PTS do SESC: <<http://www.sesc-sc.com.br/turismo>>.

Quadro 1 - Comparativo de uma excursão entre a Empresa A e o PTS do SESC

Excursão para Curitiba Empresa A¹⁵	Excursão para Curitiba – PTS do SESC
1º dia - Saída às 7 h, no Terminal Cidade de Florianópolis, com destino a Morretes para almoço: pescados e o famoso barreado. À tarde, passeio de trem subindo a serra do mar, ou ida direto para o hotel em Curitiba. À noite, apresentação no Palácio Avenida.	1º dia - Saída às 7h, no SESC, com destino a Curitiba. City Tour na cidade e almoço no Restaurante Madalosso, no Bairro Santa Felicidade. À noite, apresentação no Palácio Avenida.
2º dia - Pela manhã, city tour e almoço em Santa Felicidade, o restante da tarde livre.	2º dia - Passeio no Trem Serra do Mar com destino à Morretes, almoço nos restaurantes da região com o típico prato: barreado. Retorno para Florianópolis.
3º dia - visita à feira de artesanato no Largo da Ordem, almoço num shopping e retorno para Florianópolis.	
Valor: R\$ 820,00	Valor: R\$ 624,00 (público em geral) R\$ 486,00 (comerciários ou idosos acima de 60 anos)

Fonte: Autoria própria

A partir desse e de outros exemplos, observamos que os pontos de visita e as atividades são bastante semelhantes, embora, de modo geral, as excursões do SESC tendam a ser mais curtas, com uma ou duas diárias a menos, o que, por consequência, faz com que haja menos atividades e que os custos diminuam. Ainda que a excursão oferecida

¹⁵ Esta empresa foi citada por alguns entrevistados como referência em excursões para idosos e foi declarada como a principal concorrente do SESC pelas colaboradoras da Unidade.

pela *Empresa A* possua uma diária a mais, ela não oferece todas as refeições e as diferenças nos valores são significativas, principalmente para os comerciários¹⁶ e os idosos acima de 60 anos aposentados, que podem ter tempo, mas nem sempre dispõem de recursos financeiros abundantes.

Atendendo à legislação nacional, no PTS há a presença de guias turísticos em todo o percurso das viagens, cujo papel é manter os turistas amplamente informados e assegurar a execução do programa, conforme consta no contrato assinado no momento da compra da vaga na excursão. Em relação à divulgação dos passeios e excursões, o SESC utiliza-se de formas tradicionais como folders, informativos, e-mails e seu site institucional, ficando ausente em mídias de largo alcance como rádio e televisão. No entanto, uma particularidade do PTS é a divulgação de seus produtos entre associados e clientes que utilizam outros serviços da mesma unidade do SESC. Dona Laís¹⁷, por exemplo, diz que procurou o SESC para fazer um curso de informática e por meio deste soube das excursões. Edson, que praticava exercícios em uma academia no SESC também explicou: *de vez em quando eu passava em frente à secretaria e lá têm uns panfletos bem bons. Uma vez vi este roteiro do Natal Encantado, entrei no site para conferir e comentei com minha namorada*.¹⁸

Além de ser uma “bandeira” amplamente levantada pelo SESC, a qualidade dos serviços do PTS foi ressaltada pelos turistas, tanto em conversas informais, quanto nas entrevistas. Opinião que também compartilhamos no que se refere ao transporte, aos hotéis, às refeições e aos atendimentos que pudemos acompanhar. O transporte que utilizamos nas quatro excursões realizadas foi ônibus leito, equipado com ar-condicionado, televisão, poltronas reclináveis, descanso para pernas, banheiros e serviço de água. Os hotéis para pernoite eram da própria rede do SESC, com exceção do hotel em que nos hospedamos em Curitiba. Todos eram limpos, confortáveis, bem arejados e mobiliados, com televisão, frigobar, carpete, cortinas, roupas de camas,

¹⁶ Incluem-se nesta categoria os trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo associados ao SESC, bem como seus dependentes (pais, filhos e cônjuge).

¹⁷ Foram empregados nomes fictícios a fim de garantir o anonimato dos participantes do estudo.

¹⁸ Edson – Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

toalhas e aquecimento em todos os pontos de água. Todo o atendimento que envolve a rede de serviços da excursão possui o mesmo tom de personalidade: a atendente de vendas das excursões, o motorista, guias e funcionários dos hotéis são muito cordiais, atenciosos e dispostos a ajudar ou solucionar qualquer possível dificuldade, questões que abordaremos especificamente no Capítulo 5.

Entre as diversas opções de excursões disponíveis, selecionamos quatro para acompanharmos, tendo como critério de inclusão aquelas com ao menos um pernoite e o maior número de atividades informadas na programação, para que tivéssemos mais chances de aproximação com os turistas. O número de excursões não foi definido previamente, sendo que o próprio processo de produção e análise de dados indicou a saturação das informações ao final da quarta inserção no campo. Algumas informações sobre a história, as atividades econômicas e turísticas das principais cidades visitadas podem ser consultadas no APÊNDICE A. As excursões realizadas foram as seguintes:

Excursão “Magia de Natal em Blumenau”:

Saída: 17h - 05/12/14 **Retorno:** 16h30min - 7/12/14

Programação: City Tour Pomerode - pórtico e praça, Loja de porcelanas Schmidt; City Tour Blumenau - Museu da Cerveja, Praça Floriano Peixoto, Igreja, Mauzoleu do Senhor Hermann Blumenau e Prefeitura; Desfile de Natal na Vila Germânica.

Excursão “Natal Encantado em Curitiba”:

Saída: 7h - 13/12/14 **Retorno:** 18h - 14/12/14

Programação: Restaurante Madalosso; City Tour Curitiba - Parque Tinguá, Parque Tanguá, Bosque do Papa e Jardim Botânico; Apresentação natalina no centro da cidade; Feira de artesanato no centro de Curitiba; Passeio no Trem Serra do Mar; Praça e feira de artesanato de Morretes.

Excursão “Gramado e Canela”:

Saída: 8h - 13/03/15 **Retorno:** 22h - 15/12/14

Programação: Loja de vinhos; Loja de chocolates; Igreja, praça, centro e lojas; City Tour Gramado - Mini Mundo e Aldeia do Papai Noel; Passeio Rural na comunidade onde viveram as personagens que deram origem ao filme “O Quatrilho”; Café Colonial; Passeio em Canela - Cascata do Caracol e Museu Mundo à Vapor; Loja de Chocolates.

Excursão “Colheita da Maçã”:

Saída: 8h - 20/03/15 **Retorno:** 18h - 23/03/15

Programação: City Tour em Lages - Parque da festa do Pinhão, praça e igreja, Loja Mezalira (objetos gauchescos); City Tour em São Joaquim - Epagri (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina), Exponeve (feira de produtos artesanais), Colheita da Maçã, praça e igreja, degustação na Casa do Vinho, Sanjo (Loja da Cooperativa Agrícola de São Joaquim).

Embora as expectativas em relação à excursão iniciem com a escolha dos destinos e a organização prática, a viagem propriamente dita começa no embarque. Neste momento observamos um grande cuidado do guia quanto à recepção e acomodação dos turistas no ônibus. É comum haver solicitação de trocas de lugares, pedido de ajuda com a mala, com o cinto de segurança [...] estas são atendidas, na medida do possível, mas com esmero, pelo guia. No momento do embarque, também acontecem as primeiras conversas e tentativas de aproximação entre os turistas, como descrevemos a seguir:

[Antes da partida para Blumenau] No local combinado de saída estão o guia e a funcionária do SESC aguardando os turistas. O ônibus está estacionado com o ar-condicionado ligado. O guia apresenta-se para cada pessoa que chega e indica o assento de cada um. A maioria dos passageiros sobe imediatamente, pois a temperatura dentro do ônibus é mais agradável. Enquanto aguardo do lado de fora, uma senhora animada inicia uma conversa. Seu nome é Maria Teresa, ela fala que já viajou muito pelo SESC, que já foi outras vezes para Blumenau, entre outros assuntos. Diz que desta vez está indo sozinha, mas que não está preocupada, se tiver que dormir com o motorista ela dorme. Teresinha também diz que vai querer tomar chope e pergunta se serei companheira. A conversa segue até entrarmos no ônibus e sentarmos distantes uma da outra.¹⁹

¹⁹ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”. As citações retiradas dos diários de campo serão referenciadas com as iniciais deste tipo de fonte (DC), seguidas do número da excursão, conforme a ordem em que foram realizadas e do seu título.

Assim como esta conversa, observamos diversos outros rápidos contatos entre os turistas nos minutos de embarque, seja entre conhecidos de excursões anteriores, seja entre desconhecidos tentando uma aproximação com os demais. Isto era interrompido assim que o motorista dava a partida e o guia iniciava sua apresentação e a exposição detalhada do roteiro, dos horários, das paradas para lanche e dos comunicados gerais sobre a viagem.

Em seguida, como havíamos combinado anteriormente, o guia nos apresentava como estudante da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e passava o microfone do ônibus para que pudéssemos explicar sobre a pesquisa e fazer o convite à sua participação. Neste momento procurávamos esclarecer de forma acessível os objetivos do estudo e os procedimentos metodológicos e éticos adotados. Também entregávamos para os turistas o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE (APÊNDICE B), para que pudesse ser lido e assinado caso aceitassem livremente participar do estudo²⁰. A entrega do TCLE, feita de “banco em banco” dentro do ônibus, foi muito importante em todas as viagens, tanto para esclarecermos dúvidas pontuais sobre a pesquisa, como para estabelecermos os primeiros contatos e nos aproximarmos dos turistas. Muitos nos faziam perguntas de caráter pessoal ou contavam sobre os seus estudos e o de seus filhos, outros nos dirigiam olhares desconfiados, especialmente em relação à assinatura do TCLE, o que nos fez alterar a entrega deste para até o final da viagem, dando-lhes maior tempo de leitura e oportunidades de esclarecimentos.

Quase sempre os Termos foram devolvidos no mesmo momento da entrega ou quando o grupo voltava a se encontrar após a primeira parada para uma refeição ou para a acomodação das malas no hotel, já que eram lembrados disso por nós. A cada viagem, três ou quatro pessoas indicavam que não iriam participar e não devolviam o Termo. Estas negativas sempre aconteceram no início da viagem, permitindo que não produzíssemos dados individuais em relação a estes turistas, bem como não os convidávamos para a entrevista.²¹ Nestas situações, continuávamos agindo de modo natural sem que isso lhe causasse

²⁰ Salientamos que somente participaram da pesquisa os maiores de 18 anos, quando havia menores de idade na excursão, estes e seus pais eram informados que não seriam objetos de estudo, portanto, não faríamos nenhuma forma de registro ou solicitaríamos informações sobre eles.

²¹ Caso algum turista tivesse indicado a recusa à participação no final da viagem, teríamos excluídos os dados individuais produzidos sobre ele.

qualquer constrangimento, embora ficássemos disponíveis para sua aproximação ou não durante a viagem.²²

Durante o processo de acompanhamento das excursões, buscamos manter esta postura de “naturalidade”, não intrusiva na interação com os participantes da pesquisa, o que nos proporcionou uma convivência bastante harmoniosa, alterando os níveis de interação conforme a própria iniciativa e perfil dos turistas, bem como nossa própria percepção sobre a sua disponibilidade para o contato. Procuramos nos integrar ao meio a ser investigado e interagir com o objeto de estudo (o turista), buscando acessar suas perspectivas, observar seus comportamentos, suas atitudes e falas. Além disso, vivenciávamos as mesmas situações dos pesquisados, o que nos proporcionou um modo específico de reflexão e análises sobre os dados. O registro escrito dos dados foi feito em um diário de campo sempre que oportuno ao longo da viagem, mas era especialmente ao final do dia, em um espaço e tempo de recolhimento no apartamento do hotel, que requisitávamos que a memória percorresse o dia que havia se passado e registrávamos o que havia sido visto, ouvido e sentido.

Em muitos momentos, experimentamos o esquecimento do papel específico de pesquisadores durante a viagem, quando éramos tomados pela paisagem, por alguma história ou pelo fascínio da mercadoria e a vontade do consumo. Esta “permissão” de deixar-nos levar pela dinâmica da viagem em grupo ajudou a entender a experiência do outro por meio da nossa própria. Por outro lado, foi necessário um exercício de vigilância constante para que não nos deixássemos levar totalmente e retomássemos a consciência sobre os objetivos da pesquisa e o papel de pesquisadores.

Embora o PTS seja aberto a todos os públicos, a maioria dos participantes é de pessoas mais velhas²³. Não obtivemos as idades de todos os participantes de modo formal, mas pudemos identificar os

²² As situações de recusa à participação foram, geralmente, de pessoas que integravam grupos de quatro ou cinco pessoas conhecidas que viajavam juntas e interagiam mais entre si. Houve uma situação em que uma turista optou por não participar do estudo, embora tenha se aproximado de nós e comentado algo em uma ou outra situação. O teor destes comentários não foi registrado.

²³ Usamos a palavra “velha” sem qualquer sentido pejorativo, apenas por entendermos que ela mais bem expressa uma característica dos participantes: pessoas que viveram mais tempo, sem que se lhes enquadre em um rol de estereótipos associados a critérios biológicos ou sociais.

grupos etários de forma geral, de modo que as viagens se desenharam da seguinte forma em relação aos seus participantes:

Excursão “Magia de Natal em Blumenau”: total de 37 turistas. 35 idosos; 2 pré-adolescentes acompanhados das avós.

Excursão “Natal Encantado em Curitiba”: total de 35 turistas. 30 idosos; 2 pré-adolescentes, 1 casal jovem e 1 criança.

Excursão “Gramado e Canela”: total de 36 turistas. 31 idosos; 1 casal adulto, 1 adolescente e 2 adultos.

Excursão “Colheita da Maçã”: total de 36 passageiros. 32 idosos; 1 casal jovem e 2 adultos.

Entre as pessoas mais velhas, havia muitos casais, mas também várias mulheres, viúvas, solteiras ou separadas, viajando com as amigas e os parentes. Nas quatro viagens que acompanhamos identificamos apenas dois homens que não estavam acompanhados das esposas, um deles viajava na companhia dos filhos e outro estava sozinho. Algumas hipóteses podem ser pensadas sobre esta diferença de participação entre os sexos, como a de que as mulheres estão vivendo mais que os homens – em Florianópolis, por exemplo, 57,61% da população idosa é de mulheres (CENSO, 2010) – e de que a viagem representa uma libertação feminina em relação a uma vida com poucas possibilidades de mobilidade, seja pelas baixas condições financeiras ou pela própria condição de mulher, como debateremos no desenvolvimento do trabalho.

Além disso, a maior quantidade de mulheres idosas na viagem tem relação com diferenças, por sexo, no status marital da população com mais de 65 anos, como mostram estudos demográficos. Segundo Berquó e Baeninger (2000), em 1995, o percentual de idosos casados era de 76% para homens e 34% para as mulheres, além de que mais da metade das mulheres nesta idade (52%) estavam viúvas, enquanto este índice para os homens era de 14%. Baseadas em dados estatísticos, as autoras atribuem estas diferenças à maior longevidade feminina, à tendência de homens casarem-se com mulheres mais jovens e à menor quantidades de recasamentos entre as viúvas do que entre os viúvos.

Embora grande parte dos turistas fosse idosa, selecionamos intencionalmente para entrevista, entre 3 e 4 participantes por viagem, de forma a compor um universo de sujeitos em diferentes faixas etárias (com exceção dos menores de idade), gênero e envolvimento com o grupo da excursão. Este último aspecto foi baseado na observação ao longo de cada viagem, quando identificávamos diferentes formas de envolvimento destes turistas, alguns mais participativos e falantes, outros mais introvertidos, alguns acompanhavam mais o guia e o grupo, outros se afastavam, interessados por coisas diferentes das que eram propostas.

Antes de um julgamento de valor, tal critério de seleção foi definido com objetivo de ouvir e apreender diferentes percepções sobre a experiência da viagem em excursão. Sendo assim, foram realizadas 13 entrevistas com 15 pessoas, das quais 6 homens e 9 mulheres. Apesar do convite para a entrevista ser feito individualmente, em dois casos em que entrevistaríamos homens, as esposas ficaram junto e responderam às questões em conjunto com o esposo. Mesmo que não premeditada, entendemos que esta situação resultou em falas ricas e dados valiosos para a compreensão das questões que colocamos para esta pesquisa.

A maioria dos turistas selecionados estava entre os 60 e 70 anos, no momento da entrevista. O mais jovem entrevistado foi Edson, de 24 anos, e a mais velha foi a Senhora Laís, de 85 anos. De modo geral, pudemos evidenciar que todos possuem boas condições de saúde e estabilidade financeira, possuem casa própria (com exceção de Edson), viajam mais de uma vez ao ano e têm renda fixa, destacadamente a aposentadoria.

A seguir apresentamos um perfil resumido dos turistas. Lembramos que estas informações serão retomadas em nota de rodapé em todas as citações de falas que seguem ao longo do texto.

Paulo – Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

Camila – Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

Ana – Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

Edson – Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

Ivone – Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

Casal Vilson e Olinda – Vilson: Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. **Olinda:** Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

Casal Laura e Arthur – Laura: Dona de casa, aposentada, 64 anos, casada, 4 filhos que não residem com ela. Fundamental incompleto. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o esposo para Gramado. **Arthur** – 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

Márcia – Auxiliar administrativo/empresária aposentada, 77 anos, separada, 3 filhos, 1 mora com ela. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 9 anos. Viajou com a amiga para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

Laís – Comerciante aposentada, 85 anos, viúva, 2 filhos. Mora sozinha. Ensino Médio. Natural de Recife e residente em Florianópolis há 1 ano. Viajou com a amiga para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

Suzana – Trabalha de secretária, é bibliotecária aposentada, 51 anos, solteira, sem filhos. Mora sozinha. Ensino Superior. Natural de Carazinho e residente em Florianópolis há 33 anos. Viajou com a irmã para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

Valéria – Funcionária Pública aposentada, 76 anos, casada, 2 filhos. Mora com o esposo e um neto. Ensino Médio. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Lages. Entrevista em 31/03/15.

Robson – Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

Fernando – Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

Realizamos as entrevistas a partir de um roteiro previamente elaborado (APÊNDICE C) em um momento posterior a viagem, em data e local que atendesse à disponibilidade dos entrevistados²⁴. Com exceção de dois turistas que solicitaram que a entrevista fosse realizada no SESC, todos os outros a marcaram em suas próprias casas. Se no primeiro contato com o grupo, ainda no ônibus, percebemos olhares desconfiados, durante a entrevista uma relação mais próxima e de confiança já estava estabelecida.

Fomos recebidos nas casas desses turistas de forma carinhosa e descontraída, quase como vizinhos ou antigos conhecidos. Chás, cafés, chocolates, bolos e frutas acompanharam a maioria das entrevistas, assim como conversas íntimas, pequenas confissões e desabafos foram recorrentes, juntamente ao pedido para que o gravador fosse desligado. Em muitos momentos, as respostas mesclavam-se com histórias de vida, algumas vezes contadas a partir de fotografias impressas e objetos da casa do entrevistado. Relatos de outras viagens e experiências turísticas também vieram à tona e compõem o conjunto de dados analisados, para além daqueles referentes às viagens que realizamos juntos.

A partir deste envolvimento breve, porém intenso com as pessoas, bem como do olhar de pesquisador intercalado com o de turista, compomos este trabalho e as análises que seguem. Com exceção do primeiro capítulo, em que abrimos com uma sessão de apontamentos históricos sobre o turismo, apresentando aspectos importantes para as análises das sessões seguintes, nosso esforço foi o de tentar manter uma circularidade entre os dados produzidos no campo e as referências

²⁴ As entrevistas foram gravadas em áudio com consentimento do entrevistado.

teóricas em que nos apoiamos, embora nem sempre conseguíssemos este equilíbrio.

Antes de começarmos, uma última reflexão: como não poderíamos saber exatamente como os turistas percebiam as coisas, as nossas análises configuram-se numa combinação entre o que projetávamos que os turistas percebiam, o que eles conseguiam nos transmitir de fato e como nós mesmos as percebíamos. Assim, foi importante o exercício reflexivo de projetar em nós mesmos as interrogações que fazíamos aos investigados: O que há de interessante nesta cidade? Que sentimentos esta atividade nos desperta? Por qual sensação somos tomados nesta situação? Qual o significado desta experiência? E, dessa forma, foram desenvolvidas as análises que seguem, na alternância entre a tentativa de compreensão do outro e a nós mesmos a partir do duplo olhar de turista/viajante e pesquisadora, entre as anotações do diário de viagem e o diário de campo, porém, mantendo o rigor que a pesquisa científica exige.

1 DA CLÁSSICA VIAGEM AO TURISMO MODERNO: ALGUNS APONTAMENTOS

Desde a Antiguidade até o século XVIII, as viagens se relacionavam a fins essencialmente práticos, realizando-se em função de necessidades de cumprimento de funções estatais e diplomáticas, para peregrinação religiosa e principalmente por motivos comerciais (ROMANO, 2013). Para além das motivações destas viagens há de se considerar que seus relatos, na forma literária, contribuíram para a formação de um imaginário e de representações diversas sobre a tal prática, algo que pode ser até hoje encontrado.

A conhecida Odisseia, de Homero, ao narrar a viagem de Ulisses de volta para casa, após a Guerra de Tróia, da qual não queria participar, também conta sobre sua luta por sobrevivência, problemas com embarcações e o enfrentamento de monstros e prisões, caracterizando sua imagem como herói. Na narrativa também estão presentes banquetes e festejos, além da descrição de lugares e personagens mágicos conhecidos por Ulisses.

Como exemplo mais recente pode-se destacar Os Lusíadas, de Luís Vaz de Camões, que narra a história da viagem de abertura de novas rotas comerciais para as Índias por portugueses, ao mesmo tempo em que descreve as batalhas e o deslumbramento frente a fenômenos naturais e a terras desconhecidas. Embora Ulisses seja a imagem mítica de todos os futuros viajantes, explica Enzensberger (1985), ele mesmo se caracteriza como sofrendor ao longo do poema. Os problemas que enfrentou no retorno à Ítaca não teriam o sentido positivo de aventura *a priori*, muito menos este era o objetivo da viagem, ao contrário, tratava-se de uma viagem necessária, longa e cansativa para o reencontro com a família, marcada pelo sofrimento e pela solidão. A aura romântica sobre os descobridores, comerciantes e guerreiros das antigas viagens é, portanto, algo projetado *a posteriori*, a partir do movimento romântico moderno, que confere à viagem atributos relacionados à aventura com conotação positiva, à liberdade e à descoberta.

Após os objetivos predominantemente expansionistas e comerciais característicos das clássicas viagens, ao final do século XVII tem-se o desenvolvimento da viagem como prática realizada com maior ênfase em motivações pessoais, relacionadas justamente à expectativa de aventura, distinção social, formação cultural e divertimento (ROMANO, 2013). Em grande medida, esta nova modalidade de deslocamento humano no espaço, alheia às necessidades objetivas da

vida, foi expressa pela prática do *Grand Tour*, caracterizada por longas viagens realizadas como parte da educação burguesa dos filhos da elite europeia²⁵, de onde é proveniente a palavra turismo (ROMANO, 2013).

Provido de grandes recursos financeiros e tempo suficiente para uma viagem de meses ou até anos, o *grand tourist*, tinha como motivação o prazer de ampliar horizontes físicos e culturais, conhecendo as principais cidades europeias (SALGUEIRO, 2002). Para isso, enfrentava condições precárias relacionadas aos meios de transporte e hospedagem. Os percursos percorridos a cavalo, de carroça ou barcos a vela, por exemplo, ao mesmo tempo em que favoreciam a contemplação e admiração de diferentes paisagens, deixavam os *tourist* extremamente vulneráveis às intempéries da natureza, conforme explica Salgueiro (2002). Além disso, continua a autora, era comum a ausência de acomodações ou sua baixa qualidade, o que implicava uma série de contratemplos e negociações com a população local para conseguir-se hospedagens familiares.

Nessas viagens, a dimensão da aventura também se colocava pelas dificuldades do percurso e pelo desconhecimento do que estava por vir:

Para os que partiam da Inglaterra, o cruzamento do Canal da Mancha constituía parte realmente crítica da viagem. Ventos, ondas altas e cais precários tornavam o embarque e o desembarque uma aventura aterrorizante, acompanhada por náuseas, vômitos, sustos e até ferimentos na troca de embarcações maiores por barcos menores, necessários em vista de ancoradouros inadequados para as embarcações de maior porte. Não havia ainda o navio a vapor no século 18, sendo a travessia do Canal da Mancha feita ainda por embarcações à vela — uma aventura verdadeiramente apavorante para muitos que pela primeira vez em suas vidas estavam vendo o mar e, simultaneamente, tendo de enfrentá-lo (SALGUEIRO, 2002, p. 44).

Com as mudanças das condições técnicas e sociais, a prática do *Grand Tour* vai se reconfigurando, é expandida para camadas sociais menos abastadas e o costume é difundido entre diversos países europeus e norte-americanos. Alguns elementos originários e uma organização

²⁵ Sobre a importância do *Grand Tour* na formação cultural dos europeus trataremos de forma mais detalhada no Capítulo 4.

incipiente do turismo que hoje conhecemos podem ser observados nas viagens clássicas do *Tour* (a infraestrutura e a produção de lugares e imagens), outros, no entanto, divergem claramente do turismo de massa que se expandiu na Europa durante os séculos XIX e XX.

A diferença essencial entre a viagem “clássica”, em grande parte expressa pelo *Grand Tour*, e o turismo, é que a primeira é um fenômeno anterior à divisão entre trabalho e lazer própria da moderna sociedade capitalista (SALGUEIRO, 2002). Com o advento das mudanças no processo produtivo, as relações de trabalho são definidas de forma cada vez mais organizada e racionalizada no espaço e no tempo, de modo que, ao longo desta trajetória, passam a ficar progressivamente mais definidos os períodos de trabalho e de não trabalho, além de uma série de estratégias de disciplinamento dos mesmos. O turismo que se desenvolve a partir do final do século XIX é marcado por esta racionalização, sendo gradativamente experimentado como atividade a ser realizada no “tempo livre” do trabalho, ou ao que foi histórica e socialmente entendido como tempo de lazer.

A partir de então, viajar e fazer turismo passam a constituir experiências essencialmente diferentes. Se a primeira está vinculada a um deslocamento com objetivos inerentes ao comércio, à religião, formação e vilegiatura²⁶, a segunda emerge como um deslocamento com fim em si mesmo, “despregado de conteúdo exterior” (AMBRÓZIO, 2005, p. 106), como se pressupõe que devam ser as práticas de lazer em oposição ao trabalho.

Além dos objetivos compensatórios, em que períodos de descanso eram calculados com vistas à reprodução da força de trabalho, a criação do “tempo livre” do trabalho foi necessária também para garantir o equilíbrio econômico, o que se deu a partir da criação de demandas e estímulos ao consumo concretizados pelo desenvolvimento de uma série de leis trabalhistas relacionadas à jornada laboral, férias,

²⁶ O termo vilegiatura derivado da palavra italiana *villeggiatura*, refere-se à prática aristocrática de deslocamento e permanência na *villa* (casa de campo ou povoação), com objetivo de retirar-se um tempo da cidade para o ócio, como esclarece Ambrózio (2005) em estudo que traça a diferenciação entre a viagem, o turismo e a vilegiatura. Conforme explica o autor, a renascença italiana recuperou o conceito romano de *villa* que era “o local do *otium* vivido como territorialidade propiciadora do exercício da inteligência e, eventualmente, preparadora de alguma ação futura”. A atual prática burguesa da construção da segunda residência guarda relação mais próxima com a economia dos espaços turísticos e a especulação imobiliária do que dos sentidos originais da vilegiatura (AMBRÓZIO, 2005).

previdência social²⁷, que compuseram as origens da política do Estado de Bem-Estar Social²⁸ incrementada ao longo da segunda metade do século XX. Antes de dirigir-se a garantias de tempo disponível para o descanso, a liberdade e o desenvolvimento de atividades enriquecedoras da vida, este conjunto de medidas estava voltado à exploração e manutenção do modo de produção capitalista, por meio da produção e controle das atividades de lazer.

Diferentemente do *Tour*, que em nada se conectava com o trabalho, o turismo emerge em função dele, do tempo que dele deve-se liberar para a recuperação de energias para um novo período de trabalho, e da necessidade de demandas para consumo de produtos e serviços dele proveniente, como ocorre com as demais atividades de lazer. Neste contexto, o turismo trouxe a viagem ao círculo ampliado da mercadoria para ser consumida no tempo liberado do trabalho e inserida no processo de reprodução da capacidade de trabalho (AMBRÓZIO, 2005). Não é por acaso que foi na Inglaterra, berço da legislação trabalhista, que emerge a viagem na forma de mercadoria e a primeira agência de turismo, criada pelo empresário britânico Thomas Cook, além disso:

Não é também detalhe informar que a agência Cook apenas pôde organizar deslocamentos turísticos para a burguesia britânica, uma vez que somente após a Segunda Guerra Mundial os trabalhadores dos países altamente industrializados foram incorporados, como sócios menores, aos benefícios do aumento da produtividade do trabalho, dentre esses, a redução da jornada de trabalho gerando maior tempo livre. O turismo, então, não frustrou a sua origem, realizando-se — verdadeiramente — como mercadoria deambulatória, quase ia dizendo,

²⁷ Cabe ressaltar que é comum a análise das políticas trabalhistas/sociais sob o ponto de vista de “conquistas” e “benefícios” para o “tempo livre” dos trabalhadores, algo que, conforme Fiori (1997) só pode ser considerado a partir do avanço das democracias partidárias e o aumento da concorrência eleitoral.

²⁸ O Estado de Bem-Estar Social ou *Welfare State* pode ser compreendido como um conjunto de políticas sociais que reconhece e garante uma série de direitos a população, pode-se pensar numa versão evoluída do conceito de proteção social baseado no auxílio e na assistência. Estas políticas tiveram seu auge na Era do Ouro capitalista mas, como apresentamos, não podem ser compreendidas separadamente do plano de regulação econômica de mercado (FIORI, 1997).

turismo de massa produzindo lugares sem espessura espacial, valendo apenas o seu importante papel de devolução da força ao trabalhador (AMBRÓZIO, 2005, p. 106).

De fato, a reorientação econômica pareceu funcionar, e Urry (1996) também destaca a importância do crescente número de trabalhadores que, ao começar a receber férias remuneradas, potencializam a expansão das viagens para o litoral, primeiros destinos turísticos da modernidade. Segundo o autor, no século XIX, boa parte do turismo foi baseado nas supostas propriedades medicinais que o mar oferecia. Inicialmente acessível somente para aqueles que podiam pagar por acomodações em cidades à beira-mar indicadas por médicos, a prática girava em torno da crença de supostos efeitos desejáveis e curas obtidas com o banho e a ingestão da água do mar. O hábito de banhar-se é estendido às classes mercantis e profissionais à medida que estas começam a acreditar nas suas propriedades medicinais e passa a existir um conjunto de condições que permitem a sua realização, entre elas, além dos períodos remunerados de lazer, o aperfeiçoamento dos meios de transporte.

Segundo Corbin (1989), na relação entre a prática dos banhos de mar e a medicina se encontra a origem da invenção da praia e de seus usos como conhecemos hoje. O autor observa que ainda que houvessem banhistas motivados pelo prazer provocado pela água e pelas ondas, estes também passaram a desfrutar da praia de acordo com códigos de condutas instituídos pelas prescrições médicas, que ditaram, inicialmente, os ritmos da vida social no espaço litorâneo e contribuíram para a emergência do desejo de fruição à beira-mar nos momentos de lazer.

Importante observar que a visão do litoral como lugar salutar foi precedida por uma transição nas representações sobre a natureza e, especificamente sobre o mar. Conforme constatou Corbin (1989), até meados do século XVIII, a visão predominante sobre o mar era proveniente das interpretações bíblicas sobre a criação e o dilúvio, inspirando medo e repulsa pelo seu papel de instrumento de punição e pela sua associação com o incompreensível e o indomável.

A prática da navegação moderna teria sido importante, mas não definitiva para a abolição da imagem negativa da natureza marítima. Mesmo com as histórias dos homens do mar, o deslocamento pelas águas agitadas não deixava de ser acompanhado pelos suplícios do enjoo e do tédio que tomavam conta daqueles que não integravam a tripulação, além do que a umidade das embarcações e a má conservação

dos materiais orgânicos em seus porões constituíam criadouros de doenças e faziam alastrar epidemias (CORBIN, 1989).

As representações positivas sobre o mar começam a ser mais bem delimitadas a partir da Teologia Natural, segundo a qual os elementos da natureza são vistos como objetos criados por Deus para o bem-estar do homem, o que impulsionou, conforme Corbin (1989), um novo sistema de apreciação da natureza e de sensibilidade estética em relação ao mar e seus elementos: da composição da água ao relevo costeiro, das marés aos ventos marítimos, todo elemento natural passou a ser apreciado como espetáculo e dádiva do Criador. A partir de então, relatos de viagem que incluem descrição de paisagens naturais como belas e sublimes também impulsionam a construção da imagem agradável e encantadora do mar e suas praias, mas esta perspectiva só é consolidada com a edificação de um pensamento secularizado, em que os elementos marítimos podem ser observados como objetos tangíveis, passíveis de estudos e de dominação do homem. Quando a praia deixou de ser espaço de medo e repulsa, quando o homem passou a ser capaz de domar a fúria dos oceanos, banhar-se e passear à beira-mar pôde tornar-se uma prática considerada civilizada no interior da elite, sendo, inicialmente, prescrita e controlada pela ciência médica.

Além da construção de um imaginário social favorável às práticas junta à natureza marítima, os avanços na produção industrial e a consequente melhora em relação à infraestrutura também foram definitivos para o desenvolvimento das viagens ao litoral e ao turismo de forma geral. O avanço técnico e material permitiu a criação e especialização de um conjunto de serviços relacionados ao transporte, hospedagem e informação, oferecendo condições para o atendimento da crescente demanda de turistas que se deslocava cada vez mais em grandes grupos por meio das excursões. Neste aspecto, Urry (1996) destaca a consolidação do trem como principal meio de transporte que, com a construção de milhares de vias férreas, impulsionou a prática do turismo. Com ele, a viagem, antes altamente seletiva, limitada à elite, passa a ser oportunizada para a classe trabalhadora britânica, já ao final do século XIX, redefinindo os “tons sociais” dos lugares. Diferente da antiga distinção entre os que tinham e os que não tinham as condições para viajar, continua o autor, a partir de então se estruturou uma hierarquia dos destinos, definida pela classe socioeconômica daqueles que os frequentavam.

Grandes diferenças de ‘tom social’ se estabeleceram em lugares que, de resto, eram semelhantes. Alguns desses lugares – os

balneários da classe trabalhadora – desenvolveram-se rapidamente como símbolos do ‘turismo de massa’, lugares de inferioridade que representavam tudo aquilo que os grupos sociais dominantes consideravam de mau gosto, comum e vulgar (URRY, 1996, p. 34).

Já na segunda metade do século XX, os avanços tecnológicos e do sistema produtivo industrial permitiram maiores possibilidades de se ter um automóvel e/ou acesso ao ônibus, favorecendo ainda mais o hábito de viajar e impulsionando um segundo movimento na organização moderna da indústria turística, que é o desenvolvimento das grandes agências de turismo e estruturas hoteleiras, inclusive nos países em desenvolvimento, como observam Gonçalves e Melo (2009), em relação ao contexto brasileiro.

Assim como o estabelecimento de novas relações temporais, de períodos de trabalho e lazer e dos avanços técnicos relacionados aos meios de transporte, o processo de urbanização também foi fenômeno central para a constituição do turismo. Se, durante o *tour*, visitar as grandes metrópoles era importante como forma de acesso ao conhecimento, com advento do turismo no século XX, passa a ser uma oportunidade de acesso e consumo de produtos e serviços de diversão de massa. Isso permitiu que, num segundo momento, os centros urbanos também se constituíssem como objetos turísticos, contribuindo para a redução das “características distintivas” que haviam tornado os balneários marítimos um dos principais destinos dos britânicos até metade do século XX (URRY, 1996).

Por outro lado, à medida que são superpovoadas, as cidades também vão se caracterizando como espaço de desconforto do qual se quer fugir, o que implicou o retorno a hábitos de vida e lugares turísticos que proporcionassem o contato com a natureza (GONÇALVES; MELO, 2009). Neste momento, a viagem ao litoral e o banho de mar ganham novos sentidos. A transformação da praia em um lugar de diversão e prazer, contrastando com suas finalidades medicinais, é impulsionada não apenas em função das facilidades de acesso aos meios de transporte, mas também ao movimento romântico de valorização das emoções e das sensações que, conforme se acreditava, eram favorecidas pela contemplação da natureza: “O romantismo não apenas conduziu ao desenvolvimento do ‘turismo da paisagem’ e da apreciação de magníficos trechos do litoral. Encorajou também os banhos de mar” (URRY, 1996, p. 39). Gradativamente, tanto quanto o mar em si, o sol

passa a exercer o papel atrativo para o turismo à beira-mar, sendo atribuídos à pele bronzeada significados de saúde e sensualidade²⁹.

Esses breves apontamentos históricos ajudam a termos uma visão panorâmica do contexto e das condições de surgimento do lazer e do turismo em meio à reorganização da relação trabalho/ “tempo livre” e das novas possibilidades técnicas e materiais da era pós-industrial. Tais processos, intensificados ao longo do século XX, expõem a concretização do turismo como um fenômeno de massa, sendo que “é de massa não apenas devido às multidões de indivíduos que envolve, mas porque existe como ‘produção em massa’ de espaço-mercadoria” (AMBRÓZIO, 2005, p.106-107). A nova prática de deslocamento no “tempo livre” é produtora do que Ambrózio (2005) denomina espaços sem “espessura social”, que não podem ser definidos pelas suas relações históricas, nem possuem identidade, constituindo-se em ambientes não vívidos, em que não se engendram sentimentos ou experiências que não sejam expressão do vazio da mercadoria.

O turismo, então, pode ser compreendido como a viagem organizada e racionalmente pensada como uma mercadoria e, portanto, produzido a partir do que poderia ser chamado de “indústria do turismo”, pois, a despeito de suas especificidades, a ele são empregadas as mesmas estratégias de produção e estímulo ao consumo que os demais produtos culturais mercadorizados, conforme ensinam Horkheimer e Adorno (2015) por meio do conceito de indústria cultural. Embora retornemos a elementos deste conceito ao longo do trabalho, cabe observar que ele se refere a um sistema de reprodução e dominação social que envolve a diferenciação mecânica dos produtos, a manipulação retroativa dos consumidores com a produção de desejos e necessidades e o treinamento dos sentidos por meio do uso de clichês e

²⁹ No texto *Tempo Livre*, Adorno (2015) argumenta sobre a inexistência de uma correspondência real entre o bronzeado e suas representações, indicando que a prática só pode ser compreendida pelo caráter fetichista das mercadorias que ela envolve: “A ideia de que uma garota, graças à sua pele bronzeada, tenha um atrativo erótico especial, é provavelmente apenas uma racionalização. O bronzeado tornou-se um fim em si, mais importante que o flerte para o qual talvez devesse servir em princípio. Quando um funcionário retorna das férias sem ter obtido a cor obrigatória, pode estar certo de que os colegas perguntarão mordazes: ‘Mas não estavas de férias?’. O fetichismo que medra no tempo livre está sujeito a controles sociais suplementares. Que a indústria dos cosméticos, com sua propaganda avassaladora e inevitável, contribua para isso é tão natural e evidente quanto o é que as pessoas condescendentes o reprimam.” (ADORNO, 2015, p.108-109)

da satisfação da repetição do sempre igual. Isso se opera em um tempo criado em oposição, mas também em função, do trabalho, como dizem os autores, por meio do entretenimento das massas em seu “tempo livre”.

Apesar da consolidação do turismo como prática de deslocamento hegemônica no lazer contemporâneo e amplamente determinada pela lógica mercantil, a experiência da viagem, como deslocamento qualitativamente diferente do turismo, não se extinguiu. Certamente não está mais determinada por objetivos pragmáticos como as antigas versões expansionistas e comerciais, tampouco é totalmente independente do trabalho – dos recursos dele provenientes ou do tempo dele disponível – como conheceram os privilegiados viajantes do *Tour*, mas sobrevive como prática social criadora dos espaços, construtora de relações autônomas com as coisas do mundo, da cultura. O prazer, a fruição, o desfrute são sensações motivadoras tanto do turista como do viajante contemporâneo, mas estas são experimentadas por meio de disposições diferentes.

Ao longo de vários anos percorrendo inúmeros destinos em todo o mundo (Brasil, Estados Unidos, Índia, Europa), Cecília Meireles³⁰ nos oferece impressões igualmente perspicazes e belas, muito úteis para demarcar as diferentes disposições de turistas e viajantes:

Grande é a diferença entre o turista e o viajante. O primeiro é uma criatura feliz, que parte por este mundo com a sua máquina fotográfica a tiracolo, o guia no bolso, um sucinto vocabulário entre os dentes: seu destino é caminhar pela superfície das coisas, como do mundo, com a curiosidade suficiente para passar de um ponto a outro, olhando o que lhe apontam, comprando o que lhe agrada, expedindo muitos postais, tudo com uma agradável fluidez, sem apego nem compromisso, uma vez que já sabe, por experiência, que há sempre uma paisagem por detrás da outra, e o dia seguinte lhe dará tantas surpresas quanto a véspera. O viajante é criatura menos feliz, de movimentos mais vagarosos, todo enredado em

³⁰ Cecília Meireles é considerada “uma das mais importantes referências da moderna Literatura Brasileira do século XX”, e além das poesias, pelas quais é notoriamente conhecida, sua obra é composta por crônicas em jornais, artigos, entrevistas e conferências (MENDES; BUENO, 2013, p. 225).

afetos, querendo morar em cada coisa, descer à origem de tudo, amar loucamente cada aspecto do caminho, desde as pedras mais toscas às mais sublimadas almas do passado, do presente até o futuro – um futuro que ele nem conhecerá (MEIRELES, 1999, p. 101).

É a partir da sua própria experiência e observação que a autora consegue captar diferentes temporalidades, ritmos, sociabilidades e formas de comunicação com os objetos encontrados na viagem com os quais turistas e viajantes desfrutam no deslocamento pelo mundo. O envolvimento superficial proporcionado pela certeza de um sempre novo que está por vir, seja dos *souvenirs*, da fotografia e dos pontos turísticos, identifica, no entanto, o espírito essencialmente consumidor que mais bem distingue o turista do viajante. É provável que estas frequentes distinções presentes ao longo das crônicas guardem relação com o contexto histórico, no qual elas foram escritas, entre 1934 e 1962. Trata-se de um período de intensa transformação da experiência da viagem em função da expansão do turismo de massa e do qual Cecília Meireles foi ao mesmo tempo participante e espectadora, registrando suas impressões com singular clareza.

Embora a descrição ajude a perceber diferenças, talvez devêssemos nos perguntar se é possível ou se é importante determinar os limites que caracterizam uma experiência turística de uma viajante. Embora não gostasse de ser assim caracterizada, a própria Cecília teria uma “veia” turística, na compreensão de Mendes e Bueno (2013, p. 234), o que era atestado na “Sua antipatia pela comida, por banheiros sujos, colchões desconfortáveis ou o relato de compras que aparecem em muitas das cartas que enviou às três filhas em períodos de viagens”.

Se é tão frágil a delimitação que a divisão pressupõe é porque ela nem sempre se concretiza na prática, já que, assim como não somos cem por cento seduzidos pelos esquemas da indústria cultural (ADORNO, 2015), também não conseguimos ficar de fora deles o tempo todo. Isso não significa que viagem e turismo signifiquem a mesma coisa, mas que a experiência daquele que se desloca, muitas vezes se engendra no limite entre uma e outra, ora mais turista, ora mais viajante, independentemente de como nomeie sua própria prática.

A despeito das diferenças qualitativas e subjetivas, a partir das quais podemos dizer que nem toda a viagem é propriamente turismo, é importante observar que, do ponto de vista objetivo, todo o turismo compreende uma viagem, no sentido do deslocamento. Isso passa a ser importante no decorrer do trabalho, quando utilizaremos o termo viagem

para nos referir propriamente a este deslocamento e não necessariamente a uma experiência qualitativamente diferente do turismo.

Embora realizemos análises que muitas vezes expressem oposição ou comparação, nossos objetivos não se destinam a encontrar e estabelecer divisões entre o que seria uma viagem “autêntica” e uma determinada pelos esquemas da indústria cultural. Sem perdermos de vista que as excursões investigadas são antes de tudo um negócio planejado e organizado para prescrever as atividades do “tempo livre”³¹ – procuramos compreender as experiências das viagens turísticas tendo em vista a fragilidade do limite apresentado, e o seu papel na vida das pessoas frente às condições do nosso tempo, como a especialização da infraestrutura, o seu prestígio entre as atividades do “tempo livre”, o tempo prolongado de aposentadoria, entre outros.

Neste capítulo, descrevemos e exemplificamos como a viagem em excursão constitui-se em uma experiência altamente segura, não apenas em relação a riscos externos, devido às estruturas de transporte e hospedagem, mas a supostos riscos emocionais, devido às “garantias” oferecidas em relação ao “sucesso” da viagem. A partir disso, refletimos sobre a atribuição de sentidos que o turismo contemporâneo expressa e ou atualiza, especialmente no que se refere à suposta aura de aventura, liberdade e diversão, que seriam intrínsecas à prática.

1.1 OS (NÃO) LUGARES DA AVENTURA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CONTEMPORÂNEA

Aventura? Segundo o *Oxford English dictionary*, no inglês da Idade Média, essa palavra significava qualquer coisa que ocorresse sem planejamento – por acaso, acidente, sorte. Também significava um acontecimento cheio de perigo ou uma ameaça de perda: risco, prejuízo; um empreendimento arriscado ou uma proeza infeliz. Mais tarde, perto dos tempos modernos, “aventura” passou a

³¹ Aqui fazemos referência ao texto *Indústria cultural*, em que Adorno (1978, p.289) argumenta que o novo em relação às produções do espírito no contexto da indústria cultural não é que delas seja ambicionado algum lucro, ou que elas sejam “também” mercadorias, mas que são mercadorias “integralmente” ou “antes de tudo”. O texto se encontra publicado no livro *Comunicação e Indústria Cultural* de Gabriel Cohn (1978).

significar arriscar-se: uma ousadia ou um experimento – um esforço insólito ou excitante, jamais tentado (BAUMAN, 2006, p. 7-8).

Na citação acima, podemos identificar algumas mudanças e permanências no significado do termo aventura. Inicialmente estava relacionado com algo não planejado, perigoso e não desejável, poderíamos imaginar um lançar-se na completa escuridão, sem qualquer garantia de retorno, ou um lançar-se ao mar sem instrumentos de navegação, como fizeram muitos exploradores. Posteriormente, o perigo é substituído pelo risco calculado e controlado e a aventura passa a ter um sentido positivo, de colocar-se diante de uma situação de potencial ameaça ou tensão, mas de forma segura, por exemplo, a experiência de lançar-se na mesma escuridão com uma corda amarrada à cintura ou com a habilidade da visão noturna desenvolvida. Somente a partir da condição de controle é que podemos falar de aventura num sentido positivo, de uma situação que nos coloca em tensão, mas não em perigo propriamente. Assim sendo, faz sentido nomearmos como aventura a realização de um experimento científico ousado, bem como a escalada esportiva de uma montanha ou uma viagem a um lugar novo, o que nos colocaria diante de algo incomum, exigindo-nos um novo comportamento, um novo olhar, uma nova experiência.

Se é na Modernidade que o ideário de aventura positivada é construído é porque ela mesma é, segundo Berman (1987), símbolo de aventura e progresso. Assim como a palavra aventura, do latim *adventure*, significa “as coisas que estão por chegar” num sentido de movimento, de aproximação com situações incertas que estão por vir³², os sentidos de modernidade e do ser moderno também são orientados para o que está por vir, são guiados pela promessa do “novo” e pela esperança em um futuro que, mesmo que incerto, julga-se supostamente melhor.

Mas a concepção de Modernidade como aventura, bem como das experiências neste período deve-se ao fato de que nela se estabeleceram as condições para que se pudesse conhecer o “novo” aparentemente com segurança, não apenas devido aos avanços técnicos que proporcionaram conforto e controle do risco, mas também devido à consolidação do pensamento técnico racional cuja promessa era fornecer um tipo de conhecimento seguro e verdadeiro, considerado capaz de conduzir a humanidade ao progresso, à liberdade e ao esclarecimento.

³² A etimologia da palavra aventura e de outras mais pode ser encontrada no dicionário etimológico online <<http://www.etimologias.dechile.net>>.

Sabe-se, no entanto, que ao mesmo tempo em que se instauravam os novos princípios orientadores e ordenadores da vida social, o projeto de modernidade promoveu uma ruptura com as antigas tradições e com os rígidos padrões morais e religiosos, desencadeando experiências, ambientes e relações marcadas pela descontinuidade e pela instabilidade, de modo que

Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas em redor – mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos. (BERMAN, 1987, p. 15).

O ambiente que promete aventura foi, em grande medida, o urbano, no qual emergiram novas práticas sociais que incluíam o lazer. Neste contexto, o turismo representou duplamente o ideário de aventura, primeiramente por fazer parte das práticas de lazer que simbolizavam os valores modernos de inovação social e cultural e, também, por possibilitar o contato com outras paisagens, culturas e povos desconhecidos com uma segurança nunca antes experimentada.

Os maiores níveis de especialização dos profissionais ligados ao turismo e os avanços na infraestrutura hoteleira atenuaram definitivamente as antigas situações de perigo inerente às viagens. A certeza de encontrar hospedagens, alimentação, guias impressos e profissionais capazes de realizar rapidamente qualquer serviço necessário (e desnecessário) ao turista diminuíram o alto grau de imprevisibilidade que a viagem tradicional oferecia. A esses novos elementos, acrescentamos os confortáveis e velozes meios de transporte, a abertura de boas estradas, ferrovias, portos e caminhos organizados, as formas instantâneas de registro de imagens, a acessibilidade da informação, aspectos que vão conduzindo os sentidos e a produção de subjetividades de forma qualitativamente diferente daquela experimentada nas clássicas viagens.

Totalmente diferentes de um “mal necessário”, como eram consideradas as viagens tradicionais, devido aos desgastes físicos provocados pelas péssimas condições de estradas, transportes e dos perigos naturais e “humanos” (ENZENSBERGER, 1985), as viagens de puro divertimento como as que conhecemos hoje são extremamente seguras e confortáveis. Desta forma, Enzensberger (1985, p. 216) observa o turismo como algo paradoxal, pois o turista almeja, ao mesmo tempo, o atingível e o inacessível, o “distante da civilização, mas confortável”. Assim, o turista pode conhecer animais selvagens da

savana africana em cima de jipes, filmar a Cordilheira dos Andes por teleférico, ou, como em um dos casos investigados, observar resquícios da “arquitetura germânica” em Pomerode através da janela do ônibus e da temperatura agradável do ar condicionado.

É notório, portanto, que as viagens se tornaram uma experiência cada vez mais segura. No caso daquelas organizadas na forma de excursão, como investigamos, estes aspectos são intensificados. As medidas de segurança, muitas vezes imperceptíveis, circunscrevem toda a viagem, desde a assinatura do contrato até o retorno do turista à sua residência. Além das informações básicas presentes em contratos de prestação de serviço, aquele estabelecido entre o Setor de Turismo Social do SESC e os turistas garante que um profissional irá “acompanhar, orientar e conduzir os grupos durante a programação dos passeios” (SESC, 2014, p. 2), além de certificar acomodações e transporte com padrões de conforto e segurança iguais ou similares aos serviços oferecidos pelo próprio SESC, bem como um Seguro de Viagem, no caso de acidentes. Por outro lado, o contratante (turista) se responsabiliza por

[...] portar no decorrer da viagem, carteira de identificação com foto e do SESC, do convênio médico (quando tiver) e os eventuais medicamentos utilizados pelo CONTRATANTE, devidamente prescritos pelo médico pessoal, como reserva em dinheiro para eventuais despesas extras que possam surgir (SESC, 2014, p. 2).

Ainda, o turista compromete-se a

[...]cumprir o itinerário preestabelecido pelo SESC. Se o contratado pretender desembarcar em algum ponto do percurso, deverá comunicar sua opção antecipadamente ao motorista e ao profissional, oficializando por escrito através do Termo de Desligamento (SESC, 2014, p. 3).

Além destes elementos apresentados no contrato, no momento do seu fechamento, são solicitadas informações sobre medicações, doenças, alergias, bem como telefones de familiares que não estejam viajando, para que fiquem de posse do guia durante a viagem.

O aspecto da segurança dos turistas é um componente importante para a escolha em viajar em excursão. Ao falar do Programa Turismo Social do SESC, Camila relata que *Esse programa é barato, profissional, é bem fechado e seguro. Tu já sai daqui com roteiro pronto, com hotel que vai ficar, os guias são treinados apesar de pegar*

*alguns que não eram tão bons.*³³ Ao expressar a preferência em realizar sua próxima viagem por meio de uma excursão, Edson aponta que a segurança e o conforto são as vantagens deste tipo de viagem, como explica:

É muito chato se incomodar para organizar tudo, o hotel seria mais caro também. E se desse algum problema seria a gente que teria que resolver, se desse problema com hotel ou transporte também. Para tu saíres do teu hotel e ir para o Pão de Açúcar, por exemplo, tem que pegar táxi, ônibus, não sei o quê. Ainda tem que comprar o ticket lá.³⁴

Ao aparato de segurança que antecede a viagem, acrescentam-se as recomendações do guia, não apenas, mas principalmente, no início da viagem:

O guia pega o microfone do ônibus e se apresenta, explica sobre a programação geral e a importância de cumprirmos os horários. Lembra às pessoas de não se esquecerem de tomar seus remédios, fala sobre os cuidados com objetos de valor em Curitiba, pois apesar de não ser uma cidade perigosa, é uma grande capital. O guia também fala dos cuidados com a câmera fotográfica e lembra-se de um caso de um turista que teve a máquina roubada, mas que ele achou bem feito, porque tinha avisado que não era para ficarem com a máquina pendurada na mão.³⁵

Juntamente à preocupação com a integridade física dos turistas, estava implícita uma preocupação em prevenir sentimentos de frustração, esforço ou desconforto. No início de cada viagem, ainda no momento do embarque, o guia e a funcionária do SESC recebiam individualmente os turistas, acompanhavam aqueles com dificuldades físicas aos seus assentos no ônibus, guardavam as malas, ajudavam com o cinto de segurança [...] faziam ajustes e trocas de pessoas nos assentos

³³ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

³⁴ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

³⁵ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

na tentativa de atender a vontade de todos, assegurando-lhes estarem livres de qualquer desconforto. Este aspecto é muito evidente e valorizado pelos turistas, como diz Camila: *O SESC tem o cuidado de tentar agradar a todos de maneira geral, a gente sente que eles fazem as coisas com carinho e fazem de tudo para agradar apesar dos programas serem fechados.*³⁶

O esforço dos profissionais nesta direção é tamanho que, em algumas situações, exercitei o papel de “passageira coringa”³⁷. Em um caso, por solicitação do guia e, em outro, por iniciativa própria, troquei de assento com uma senhora que não gostava de viajar na parte de trás do ônibus, e assim também fiz com uma turista que não queria sentar ao lado da tia-avó, pois, segundo ela, aquela “falava muito” e ela “queria dormir”.

Ainda no sentido de prevenir frustrações, todo acontecimento, todas as paradas, atividades e os lugares a serem visitados, eram rigorosa e constantemente antecipados, tanto pelo guia como por outros profissionais envolvidos na viagem. No trajeto entre Florianópolis e Blumenau, “Depois de duas paradas para pegar pessoas em outros pontos, o guia fala novamente ao microfone. Explica novamente toda programação da viagem incluindo horários”.³⁸ Também na chegada àquela cidade, “o recepcionista do hotel entra no ônibus, explica sobre o check-in, o funcionamento das chaves, os horários das refeições e os espaços do hotel”.³⁹ Os passeios nas atrações turísticas também foram detalhadamente orientados, em Curitiba, “A guia acompanha o grupo até a entrada do Jardim Botânico, aponta onde ficam as principais atrações do lugar e recomenda passarmos no Jardim das Sensações”.⁴⁰ Em frente do Parque Knorr⁴¹, em Gramado, o guia dá orientações e recomendações:

³⁶ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

³⁷ Embora a nossa opção seja em redigir o texto utilizando a primeira pessoa do plural, pois entendemos que ele envolve um processo reflexivo conjunto, em alguns momentos sentimos necessidade de utilizar a primeira pessoa do singular para relatar situações vivenciadas individualmente no campo de pesquisa.

³⁸ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

³⁹ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

⁴⁰ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

⁴¹ O Parque Knorr, também conhecido como Aldeia do Papai Noel, é um Parque temático de Natal localizado na cidade de Gramado (RS). O Parque

Com o grupo de turistas à sua frente, o guia local passa explicações sobre as atrações do Parque, diz que na entrada tem uma escadaria que leva até a fábrica do Papai Noel, por onde iremos caminhar e veremos os ajudantes do Papai Noel. Fala sobre o mirante com vista para um belo vale e sobre a Casa do Papai Noel que encontraremos em seguida, onde seria o centro do Parque. Ele também enfatiza que está tudo sinalizado e o Parque é auto interpretativo, mas que é para percorrermos o trajeto do Parque como um triângulo e, desenhando este trajeto no ar, reforça o que será encontrado em cada ponto. Também faz recomendações para levarmos as máquinas fotográficas e andarmos devagar por causa das raízes no solo, especialmente nos trechos com trilhas. Ao final da explicação, diz para não nos esquecermos de fazer o pedido para o Papai Noel e marca o horário de retorno para uma hora depois.⁴²

Diante de uma situação parecida, em que um guia passava detalhadas instruções em um museu de Paris, Cecília Meireles (1998, p. 287) descreve a reação dos turistas:

[...] todos boquiabertos, virando a cabeça para cá e para lá, conforme indica a sua voz [do guia]: na tapeçaria à esquerda [...] por cima da porta, ao fundo [...] no alto da lareira, ali [...] no tapete, no teto [...] na janela [...] no jardim [...].

Constatando a fadiga do excesso de orientação, mas principalmente o seu caráter inócuo, a poetisa conclui:

Impossível, um instante de silêncio e solidão, para se ‘sentir’ a sala onde os reis sofreram, onde os duques conversaram, onde alguém nasceu ou morreu. Impossível, parar-se diante de um objeto

fica aberto o ano todo para visitação e é constituído por 90.000 m² de área verde sobre os quais estão as chamadas atrações (reais e cenográficas) do Parque, entre elas: renas de verdade concedidas pelo IBAMA, a casa do Papai Noel, a fábrica de brinquedos, a Praça de Neve, o cinema que conta a história do Parque e do roteiro de passeio, a árvore dos desejos e o mirante com vista para o Vale do Quilombo.

⁴² DC3 - “Gramado e Canela”.

para qualquer comunicação sentimental (MEIRELES, 1998, p. 288).

Ainda que nosso guia não tenha acompanhado o grupo e que o Parque Knorr possa ser considerado bem mais modesto que o museu de Paris, a constatação da escritora poderia ser transferida para a situação que descrevemos, afinal, que tipo de comunicação com os objetos poderíamos ter frente a tantas “recomendações” dadas pelo guia? Como caminhar tranquilamente com tantas exigências e deveres? Que aventura nos restava se tudo já havia sido antecipado? Era preciso percorrer o trajeto indicado, observar os objetos e as paisagens sugeridas, registrá-los, prestar atenção nas raízes no chão e, ainda, não se podia esquecer-se de “fazer o pedido para o Papai Noel”. Esta última recomendação, não se tratava de uma brincadeira, como pode parecer, mas uma “obrigação” do turista. No Parque havia pequenas placas de madeira onde “deveríamos” escrever um pedido e, ao final do passeio, precisaríamos encaixá-las ao redor de uma árvore de Natal. Com tantas orientações, soa estranha a fala do guia de que o Parque é autointerpretativo, afinal, mesmo que ainda houvesse muito para o turista descobrir e interpretar, já lhe havia sido dado as formas “corretas” de fazer isso.

Não apenas diante das atrações turísticas, mas frente a qualquer mudança no roteiro ou na programação (implícita e explícita)⁴³ que pudesse não contemplar as expectativas dos turistas, eram precedidas de justificativa, como aconteceu na metade do trajeto entre Florianópolis e Lages, quando:

[...] antes de o ônibus estacionar para que os turistas possam tomar café, o guia explica que iremos parar naquela cafeteria – e não em outra que as pessoas estão mais acostumadas – em função da melhor organização do horário. As pessoas concordam balançando a cabeça afirmativamente. Assim que o ônibus para, o guia desce e se posiciona em frente à cafeteria, e indica para cada turista onde ficam os banheiros, a água e o restaurante.⁴⁴

⁴³ Chamamos de explícitos os roteiros (itinerário das cidades e atrações) e a programação (local das refeições e atividades) que são conhecidas dos turistas desde a divulgação da excursão. Mas há outras atividades que não são divulgadas, embora sejam igualmente esperadas e exigidas pelos turistas, portanto, implícitas. Um exemplo é a parada para o café tanto no trajeto de ida, quanto no de volta da viagem.

⁴⁴ DC4 - “Colheita da Maçã”.

A “parada para o café” é uma prática consolidada e bastante valorizada entre os turistas, portanto, motivo de expectativa entre aqueles que conhecem determinado trajeto e esperam que ela seja realizada em lugares conhecidos, que já conquistaram prestígio de ponto turístico entre os viajantes. Assim sendo, qualquer mudança em relação a esta atividade que, em certa medida, também faz parte da programação, precisa ser não apenas avisada, mas justificada.

Observamos que, para além do controle dos riscos físicos ou externos por meio da garantia de estruturas hoteleiras e de transporte, dos meios de informação, da organização da programação ou dos serviços e das atividades que envolvem o turista, também há uma tentativa de neutralizar outro tipo de risco, ligado ao teor de imprevisibilidade e incertezas que uma viagem ainda poderia fornecer em relação aos encontros, às relações e correspondências com objetos, paisagens, pessoas [...]. Entendemos que, mesmo depois de amenizadas as adversidades externas inerentes à viagem, ainda restava ao viajante muitas formas de se aventurar, havia muito para se arriscar, por exemplo, em relação a outros sabores, espaços, caminhos, arquiteturas e hábitos correspondentes a lugares e populações diferentes das que conhecia, muito havia a se descobrir ao entrar em um novo museu, contemplar uma obra de arte ou uma paisagem, muito havia a se conhecer sobre os trajetos possíveis e impossíveis para se percorrer de um ponto a outro em uma cidade (des)conhecida. Enfim, muito risco havia de “perder-se” no trajeto e nos locais de destino de uma viagem e, assim, viver uma aventura tal como descreveu Simmel, como uma forma de experiência “onde uma atividade é retirada totalmente do contexto geral da vida, mas deixa, não obstante, fluir em si a força e a intensidade total da vida” (SIMMEL, 1998, p. 176).

No caso investigado, a antecipação, a orientação e a condução sobre todas as etapas da viagem e, inclusive, sobre as ações e os pensamentos dos turistas, praticamente inviabilizaram a aventura e a possibilidade de arriscar-se, de colocar-se aberto diante do mundo, de ao mesmo tempo retirar-se do “contexto geral da vida” para vivê-la com intensidade. Na excursão, já não se trata apenas de controle sobre os riscos externos, para promoção de uma tensão agradável, mas de controle interno quase absoluto para exatamente evitar que o turista se coloque em tensão, o que dificulta a experiência da aventura. A limitação desta experiência significa limitar que o próprio sujeito seja protagonista na construção da sua experiência de deslocamento, tal como nas viagens épicas:

Diga-se de passagem que o turismo expulsou uma dimensão do humano ao excluir o gênero que umbilicalmente viveu com a viagem — o épico, o deslocamento como travessia — cuja presença deram testemunhos a *Odisseia*, *Os Lusíadas* e *Martín Fierro*. Transformando a viagem em mercadoria contribuiu o turismo para a expansão do gênero burguês: o drama, misto de tragédia e comédia. Tragédia pela escravidão ao dinheiro e comédia pela imitação de homens menores. A viagem, assim, foi extorquida daquela feição genuína que dava ao homem a ventura de por se a prova diante do mundo [NdA] (AMBRÓZIO, 2005, p. 110).

Apesar de toda a transformação que a viagem sofreu desde as aventuras protagonizadas por Ulisses e pelas personagens de Camões, especialmente sob a forma comercializada do turismo e da sua condução de modo extremamente detalhado e previsível a fim de que nada surja sem ser antecipado, a fala dos turistas continua impregnada pela representação de aventura, especialmente no que diz respeito à possibilidade de encontro com o desconhecido, como observamos no relato de Robson, para quem *realmente a viagem deixa a gente fascinado. Tem aquela adrenalina, tu não vês a hora de chegar*⁴⁵, e como explica Fernando, *Cada um, quando sai de sua casa, quando pega o táxi, aí começa a aventura, você não sabe o que vem pela frente. Pode ser uma surpresa extremamente agradável ou não tão agradável*.⁴⁶

Tendo em vista todos os cuidados que cercam o turista, principalmente o excursionista, como seria possível considerar que a viagem ainda possui algum teor de imprevisibilidade? Como ainda pode suscitar o sentimento de aventura? A situação que vivenciamos com dona Júlia pode fornecer algumas pistas:

Em uma parada para o café, no trajeto de volta para Florianópolis, Dona Júlia diz que já está viajando há 4 anos, desde que o marido faleceu, diz que está perdendo o medo de viajar e de fazer

⁴⁵ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

⁴⁶ Fernando – Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

as coisas, como andar de “bondinho”, por exemplo. Como acabou de experimentar em Canela, durante a visita à Cascata do Caracol, agora ela quer ir para Balneário Camboriú no Parque Unipraias, onde há um teleférico ainda maior, nas suas palavras.⁴⁷

A fala parece nos apontar para uma noção particular de aventura que não está associada ao que habitualmente seria considerado arriscado ou desafiador – neste caso, a aproximação à Cascata do Caracol, considerada um elemento imponente e singular da natureza – mas à experiência de ter “andado” de teleférico. O desafio de Dona Júlia com a excursão foi perder o *medo de viajar e de fazer as coisas*, superá-lo era o que se constituía em uma aventura, e não o encontro com um elemento da natureza visto como grandioso.

A tensão, a apreensão, a dúvida sobre o que se vai encontrar pouco se refere às paisagens em si, já memorizadas pelas imagens vistas anteriormente, e exaustivamente mostradas por veículos de comunicação, como a televisão e a internet. Mas, uma atividade que jamais tenha sido feita antes e que jamais tinha se pensado em fazer pode causar a excitação, a sensação de aventura e o risco, como foi o caso do exemplo acima (passear de teleférico).

Embora grande parte da dimensão da aventura seja açambarcada pelas estratégias que “assegurem” os turistas de todos os “riscos”, até mesmo aqueles desejáveis, que os colocariam diante de algo novo com o qual precisariam estabelecer uma relação singular, ainda há espaço, na excursão, para um sentimento que dela possa se aproximar, principalmente quando a análise é feita sob a perspectiva da idade e das condições de vida dos turistas pesquisados. Para Dona Júlia, assim como para muitas mulheres que poucas vezes saíram da própria cidade, ainda mais sem o acompanhamento e a condução de algum familiar, a experiência de viajar e, de certa forma, assumir a direção da própria vida, pode ser considerada audaciosa, um símbolo de coragem, afinal, como uma mulher “se atreve” a viajar sozinha, a conhecer o Estado e ainda se arriscar no teleférico? As situações ao longo da viagem e o próprio deslocamento ganham sentido de aventura para aqueles que passaram a vida num mundo cujo limite era a cerca de casa⁴⁸, quiçá as fronteiras da cidade.

⁴⁷ DC3 - “Gramado e Canela”.

⁴⁸ Aqui parafraseamos Bauman quando diferencia o aventureiro, um “nômade compulsivo”, “errante e sem destino”, com aqueles que preferiam “passar as

Ao falar sobre suas primeiras experiências com as excursões por meio de grupos de convivência de mulheres, Dona Valéria nos dá a dimensão de aventura que esta prática pode tomar na vida das mulheres idosas:

Eu acho que a maioria já tinha bastante idade e antigamente as mulheres eram muito reprimidas, não saiam sozinhas e os homens eram muito machistas. Então, à medida que elas foram ficando viúvas, porque os homens foram morrendo muito cedo, elas foram se formando em grupos. Havia muitos grupos destes, depois até a prefeitura e os centros comunitários começaram a organizar. Então o objetivo delas era passear, conhecer novos lugares, comer bem, dançar [...] então, na volta, a gente via em cada uma delas o semblante de alegria. A maioria naquela época já não tinha marido, ou então eram solteironas. Era um grupo grande, havia só eu e mais duas que tinham marido. Era o grupo da Luluzinha, só mulher. A finalidade era lazer, coisa que elas não tiveram a vida inteira de casamento. Até tinha pessoas com bom nível de vida, mas não tinham [...] (lazer) porque foi um filho para cada lado e a mamãe que se virasse. Então eles iam passear e a mamãe ficava. Então estes grupos abriram uma janela, uma porta para que estas pessoas conhecessem outros lugares, passeassem. Então eu acho que o objetivo da gente era só este.⁴⁹

Na “janela” que a excursão abre podemos encontrar parcelas de aventura relacionadas com a libertação de algumas condições que são tradicionalmente do universo feminino, mesmo que provisórias. A “dispensa” dos afazeres domésticos, atribuídos a estas mulheres por toda uma vida, é motivo de alívio para uma turista que, ao final da primeira refeição feita a caminho de Gramado, diz que a viagem já havia valido a pena “só por não ter que cozinhar e lavar a louça”⁵⁰.

suas vidas num mundo cujos limites eram a cerca da aldeia” (BAUMAN, 2006, p. 9).

⁴⁹ Valéria - Funcionária Pública aposentada, 76 anos, casada, 2 filhos. Mora com o esposo e um neto. Ensino Médio. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Lages. Entrevista em 31/03/15.

⁵⁰ DC3 - “Gramado e Canela”.

Para refletir sobre o sentido peculiar de aventura que estas falas nos trazem, recorreremos àquela perspectiva mais ampla de aventura, que se associa com a noção de modernidade por comportar o ímpeto por algo novo e desconhecido, cristalizado no sonho do progresso. Nada poderia mais bem elucidar estas noções do que as expectativas contidas nos projetos de (re)construção de culturas e identidades geograficamente delimitadas, aqui exemplificadas pelas experiências de construção simbólica e material do continente europeu e da nação brasileira, por meio de Brasília. Em *Europa: uma aventura inacabada*, Bauman (2006) associa a noção moderna de aventura com a trajetória pela qual foi sendo (e continua sendo) edificado o “espírito” ou “caráter” europeu. Na leitura dos contos sobre a origem do continente, o autor observa a referência à Europa como um lugar a ser inventado e invocado, não propriamente a ser descoberto:

[...] a Europa não é algo que se descubra, mas uma missão – algo a ser produzido, criado, construído. E é preciso muita engenhosidade, sentido de propósito e trabalho duro para realizar essa missão. Talvez um trabalho sem fim, um desafio eternamente a ser vencido, uma expectativa jamais alcançada. (BAUMAN, 2006, p. 8).

De forma semelhante, a construção de Brasília é considerada como um tempo-espaço de aventura por aqueles que dela fizeram parte, não somente por se situar em um ambiente insólito e isolado ou por reunir pessoas de universos culturais distintos, mas pela crença na sua capacidade de “refundação nacional”, em que “Por um pequeno espaço de tempo, em um lugar específico, alguns homens acreditaram estar em construção uma cidade de tipo novo, onde uma vida diferente se constituiria” (DUARTE, 2009, p. 29).

Os autores trazem a ideia de aventura como a construção de algo novo, que seja um caráter, um espírito, um ideal, uma vida diferente. Além disso, remontam a aventura ao sentido original da palavra latina, um “estar por vir” expressando um movimento, um processo ou uma projeção em relação a algo que não poderá ser propriamente alcançado ou conquistado, como geralmente se pensa em relação a um destino ou uma atividade (conteúdo) turística. Se assim tomarmos a ideia de aventura, podemos reconhecer que a sua experiência, nas situações relatadas pelas idosas, localiza-se no processo de construção de novos valores, comportamentos e crenças culturais relacionados ao sistema hierárquico de gênero. Mais especificamente, na redefinição de espaços (públicos), papéis (usufruir, ser servida) e práticas sociais (viagem)

atribuídas ao feminino. Mesmo que para uma parte das mulheres estes comportamentos já sejam consolidados, para as idosas investigadas a excursão se constitui como um tempo-espço para a construção de novas formas de viver, por meio das quais possa se construir outros mundos e, assim, experimentar o sabor da aventura.

Outra característica específica da excursão, carregada do sentido de aventura, tanto para os homens como para as mulheres é o contato direto de dois a quatro dias com um grupo de pessoas desconhecidas. As relações sociais estabelecidas na viagem tomam lugar central entre os objetivos de quem sai em excursão e, portanto, isso também se reflete nas suas expectativas⁵¹. Quando falava sobre as surpresas que poderia encontrar na viagem em grupo, Fernando citou precisamente *as dificuldades inerentes ao comportamento humano*, explicando:

Se eu viajo com um grupo em que as pessoas não riem, não acham graça de nada, são fechadas [...] (sinal negativo com a cabeça) [...] Se cinquenta por cento já está a fim de brincar e se divertir já está de bom tamanho. Agora menos do que isso já começa a ficar complicado, porque você não sabe como se comportar, se pode brincar ou se vai ofender.⁵²

Diferente de Fernando, que viajou com a esposa, alguns turistas viajam sem uma companhia conhecida, e suas expectativas vão além das dúvidas sobre a sociabilidade do grupo como um todo, incluindo também interrogações sobre a pessoa com quem irão compartilhar o banco do ônibus e, principalmente, o quarto do hotel, como foi o caso de Ivone, para quem *o lado ruim da viagem é tu ter que dormir em um quarto que tu não conhece a outra pessoa. Então tu tens aquela expectativa, às vezes tu dá sorte de se hospedar em um quarto que a pessoa não seja problemática*.⁵³ No sentido da diversidade de personalidades e da convivência com desconhecidos, a excursão também pode se configurar como aventura, mesmo que o

⁵¹ O papel central que as relações sociais assumem para os turistas de excursão será discutido no Capítulo 5.

⁵² Fernando - Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

⁵³ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

comportamento dos indivíduos já esteja em grande medida conformado por uma disciplina própria, que configura um modo de ser turista bastante conhecido e previsível, no geral, expresso pela cordialidade e camaradagem.

Na condição de pesquisadora, considerei a excursão como aventura devido à apreensão sobre a relação que precisava construir com os sujeitos da pesquisa. Seriam eles receptivos? Como seria a abordagem ao grupo e ao turista individualmente? Aceitariam participar do estudo? Em que momento faria os registros de campo? A cada viagem e a cada entrevista as expectativas em relação ao que “estava por vir” se renovavam, pois, mesmo que algumas estratégias de interação fossem dando-me segurança para a construção das breves relações (mas sensíveis e significativas, pelo menos sob o meu ponto de vista) estabelecidas com os turistas, a imprevisibilidade inerente ao comportamento humano impedia, obviamente, um total controle sobre ela.

Além disso, como turista, também criei expectativas em relação a uma das cidades visitadas e que ainda não visitara, foi o caso de São Joaquim. Conhecida pelas baixas temperaturas e pela incidência de neve, a cidade é constantemente citada pelos veículos de comunicação do Estado e a espera por belas paisagens era quase inevitável. No entanto, a cidade, bastante pequena e rudimentar, de ruas e calçadas empoeiradas, em nada correspondia à paisagem europeia do meu imaginário, e o que era esperado não se concretizou. A fala de Fernando é mais intensa, mais ilustrativa do que queremos dizer:

Em termos de turistas, de pessoas que estão indo pela primeira vez, São Joaquim não merece [...] eu achava que era uma cidade pronta para receber os turistas que vêm de várias partes do país e até do exterior, para ver a neve. Chega-se lá e é uma cidade desanimada, sem amor. Levaram-me numa tal de EPAGRI⁵⁴ e ao lado tem um não sei o

⁵⁴ A Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI) é uma empresa pública vinculada ao Governo do Estado de Santa Catarina. A unidade de São Joaquim, a qual o entrevistado se refere, é uma estação experimental de fruticultura em que são realizadas pesquisas sobre o aprimoramento do cultivo da maçã, especialmente da espécie de Fuji, de origem japonesa. Em visita ao local, “conhecemos” o pomar em que são realizadas as pesquisas e caminhamos entre as cerejeiras que ornamentam a frente da EPAGRI. Para mais informações sobre a Empresa, ver: <<http://www.epagri.sc.gov.br>>.

que da neve, não tem nem um banheiro decente, telhado caindo, mato para todo lado, achei uma vergonha. Eu saí estarecido, parece gozação aquilo né? Pô, me trazer aqui? É uma cidade triste, rigorosamente triste e você vê o esculacho, não tem uma estrutura nem rudimentar para receber o turista. [...] Eu, sinceramente, saí desanimado. Provou que o turismo no Brasil é dramático. As cidades que hospedam, que recebem, são sempre as mesmas. [...] As cidades notadamente com visibilidade são sempre as mesmas: Natal, Porto Segura, Fortaleza, Gramado, Rio de Janeiro, Vitória e outras mais. As demais estão, no mínimo, duzentos anos atrás disso, atrás do que precisava ter para receber até uma charrete de turista. É uma pena!⁵⁵

Neste caso, o risco é a incompatibilidade entre as imagens idealizadas e a realidade encontrada. No âmbito do turismo, constituído como produto para as massas consumidoras em seu período de lazer, o sentido de risco e aventura, para além daqueles expostos anteriormente, se refere ao não atendimento das expectativas do consumidor, ou seja, ao não atendimento daquilo que o turista já sabe, que ele já espera e não às descobertas e aos imprevistos de um viajante aventureiro. Esta, aliás, é a forma como os artefatos da indústria cultural seduzem, dando aos consumidores “aquilo que ‘eles querem’, que já esperam” Vaz (2006b, p. 28).

Por isso, na excursão, procura-se assegurar também os riscos emocionais, as frustrações e a tensão com o desconhecido. Estes riscos só precisam ser controlados se quem viaja for um cliente e, como tal, um consumidor, que espera ter suas expectativas prévias atendidas, seja em relação ao padrão de conforto das instalações, ao atendimento cordial (pessoal, íntimo) dos profissionais, à paisagem vendida pelo cartão postal e à experiência anunciada na propaganda. De modo geral, a aventura como construção, como percurso (real e simbólico) a ser trilhado pelo sujeito encontra pouco espaço na viagem turística. Talvez isso seja possível apenas lá onde a produção e a disposição para o consumo não podem ser controladas por completo, lá onde Dona Júlia e outras mulheres encontraram uma situação que lhes deu condições para

⁵⁵ Fernando - Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

uma relação nova com a vida, que lhes abriu portas e janelas para outros mundos.

1.2 OS (NÃO) LUGARES DA DIVERSÃO NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CONTEMPORÂNEA

Da mesma forma que as viagens, inclusive as turísticas, estão impregnadas das representações de aventura, também são consideradas uma possibilidade singular e prestigiosa de diversão. No entanto, diferente da aventura, o turista encontra diversão demasiada durante a viagem, já que este é o propósito em si das atividades de “tempo livre”. Nesta parte do trabalho, propomo-nos a indagar sobre os mecanismos pelos quais a diversão é operada na excursão, as estratégias, as especificidades, as formas e os conteúdos pelos quais ela se materializa e o espaço que ocupa. Também iniciamos a discussão sobre as suas consequências na formação dos indivíduos, ao que daremos continuidade no segundo capítulo.

Se considerarmos a diversão como aquilo que desvia a atenção, que distrai, que permite passar o tempo, ou melhor, que serve para “matar o tempo”, como escreveu Adorno (2015), poucas ocupações cumpririam melhor com este propósito do que as viagens turísticas, principalmente as de excursão. Não apenas pela quantidade de horas e dias ou pela extensa programação que envolve a atividade – estas seriam as estruturas mais visíveis da diversão –, a tarefa de entreter está colocada em situações muito mais sutis e possui contornos quase imperceptíveis que atravessam a experiência do turista.

A primeira exigência para a diversão e, poderíamos dizer, para a “sobrevivência” em um tempo disponível prolongado, seria sabermos o que fazer com ele, “melhor” do que isso seria que fossemos orientados ao que fazer com ele, o que nos levaria, paradoxalmente, à desobrigação de termos que pensar sobre ele e ao mesmo tempo à obrigação de fazer o que a ele é proposto.

Como em parte já mostramos, os guias e demais profissionais cumprem exemplarmente a tarefa de orientar a diversão dos turistas: apontam, sinalizam, recomendam rotas, lugares, direcionam o corpo e o olhar no tempo e no espaço, numa tentativa de assegurar possíveis frustrações e esforços, garantindo que o turista verá o que “deve” ser visto (ou que foi feito para ser visto), fará o que “deve” ser feito para divertir-se de forma considerada competente.

Isso fica bastante claro na explicação de Edson, sobre o que considera as desvantagens em viajar sozinho, pois

tu não conheces nada, não sabe como chegar aos lugares, onde é bom de ir ou não ir, o que vale a pena ou não vale a pena, onde é bom comer e onde não é bom comer”, enquanto que na viagem em excursão o guia te levava aonde tu querias ir, quer dizer, onde tu deverias ir. (grifos nossos)⁵⁶.

Realizar a viagem que se deveria, mostra que há de antemão um dever a se cumprir quando saímos em viagem. Esse dever parece estar bem definido para os turistas e para os guias e consiste, no mínimo, em passar pelos pontos turísticos considerados importantes, fazer as refeições nos lugares “certos” [...] O fato de este dever se repetir independentemente da viagem que se pretende realizar, não revela outra coisa senão o caráter de mercadoria do turismo e a sua padronização⁵⁷. Mas, ao mesmo tempo em que o turismo se apresenta como produto padronizado (um roteiro em que apenas variam os objetos turísticos, sempre pré-estabelecidos), o indivíduo também busca este tipo de diversão mecanizada em seu lazer, como ilustra a fala de Edson. Os produtos mecanicamente diferenciados, neste caso, as viagens, se inserem numa lógica de reprodução e consumo infinito do mesmo para que a diversão prometida pela indústria cultural possa ser facilmente assimilada pelo consumidor, ou seja, os produtos precisam ter o mesmo ar de semelhança, e este é o primeiro serviço prestado pela indústria cultural. Para tanto:

Nenhum esforço de compreensão deve ser exigido, aliás, todo empenho nessa direção deve ser vedado, qualquer relação com o objeto que

⁵⁶ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

⁵⁷ A padronização dos artefatos culturais, dos quais a viagem na forma de turismo pertence, é dada pelos esquematismos da produção, segundo Horkheimer e Adorno (2015). Os autores explicam que o resultado do uso dos mesmos processos técnicos de diferenciação são produtos que “revelam-se, no final das contas, como sempre os mesmos” (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 12). Ou seja, a indústria do turismo reproduz mecanicamente as viagens: a mesma sequência de espaços e objetos que deve ser vivenciados sob determinados ritmos e sentidos a partir dos mesmos comportamentos, de forma que uma viagem seja completamente igual à outra, só variando na aparência.

demande reflexão ou mediação estética para além da superficialidade, deve ser denegada. Aos sentidos humanos é destinado um treinamento que faça responder a demandas específicas, cada vez mais dirigidas e previsíveis. (VAZ, 2006b, p. 28).

O que é “bom”, o que “vale a pena” e o que “deve ser feito”, ou seja, estar de acordo com o que é determinado pela indústria do turismo é o que a viagem em excursão assegura. Com as estratégias de antecipação, orientação e condução da subjetividade, ela dá a garantia da diversão, ou seja, que o turista não corre o risco de frustrar suas expectativas, já que tudo irá “caminhar estreitamente no âmbito das associações habituais” (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 31). Se, por um lado, tem-se a certeza de que nada sairá do programado, por outro são minadas uma a uma as chances do estranhamento e do encontro com o novo, que poderiam suscitar o sentimento de aventura.

Mas, para a diversão do turista estar completa não basta fazer o que “deve” ser feito, é preciso registrar para comprovar, ao que também é exigido um formato normatizado. Para isto, o guia igualmente exerce um papel central, ajudando a garantir o “melhor” registro fotográfico, ou, o “mais tradicional”, apontando o que “deve” ser fotografado e sugerindo poses, como aconteceu na viagem a Curitiba:

Enquanto aguardávamos dentro do trem Serra do Mar a partida, o guia estimulava as pessoas a fazerem poses debruçadas nas janelas e, posicionado do lado de fora do veículo, fazia o registro fotográfico. Fui convidada por uma turista a ser fotografada junto a ela na tradicional pose na janela do trem. Na minha posição de pesquisadora, mas principalmente de companheira de viagem, senti que mesmo a pretensão de recusa seria desaprovada. Nos segundos em que fiquei estática e sorridente aguardando o flash, senti-me constrangida e desconfortável ao me expor diante dos outros turistas que, em sua maioria, aguardavam para fazer o mesmo. Como alguém pode não se sentir assim com tamanha imposição e exposição?⁵⁸

Há no turismo um conjunto de regras de comportamento que lhe são próprias e tirar uma fotografia com quem se está viajando é uma delas. No caso das excursões, a fotografia com o grupo todo também é

⁵⁸ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

“obrigatória”. O “manual” de boas maneiras, próprio da cultura fotográfica, independentemente da situação, nos diz que não podemos recusar e devemos, inclusive, demonstrar contentamento quando alguém nos convida para uma fotografia. Além disso, desviar do local de enquadramento em que se encontra alguém preparado para ser fotografado ou esperar que o registro se confirme, para não atrapalhar o quadro, é outro exemplo de comportamento que “devemos” realizar com total aceitação e cordialidade. É como se o ato de fotografar fosse sagrado e superior a qualquer outra atividade que pudesse ser exercida naquele espaço e naquele momento, tanto que é consenso que ele tem prioridade sobre outras, inclusive sobre a própria contemplação do lugar. A orientação do guia em relação ao lugar e à pose a ser fotografada também pode ser considerada um procedimento de segurança para garantir a diversão, para que as expectativas a respeito da viagem sejam cumpridas e devidamente comprovadas pela imagem.

Estes procedimentos só podem assegurar que a viagem que “deve” ser feita se concretize caso estiverem articulados com um comportamento disciplinado dos turistas, os quais, no geral, respondem e obedecem às regras implícitas e explícitas de forma bastante condescendente. A excursão demanda um conjunto de gestos, linguagens e comportamentos próprios, que se referem ao cumprimento de horários, à passagem na maior quantidade de pontos turísticos, pose para foto, compra do *souvenir*, descrição das atrações pelas informações oficiais, mas também a um comportamento cordial que percebemos como fio condutor de toda a experiência do turista. Em uma viagem em grupo os mais altos padrões de civilidade são observados e executados ao extremo: os modos à mesa, as vestimentas, a linguagem gentil, a concessão da passagem, a ajuda para o companheiro de viagem desembarcar do ônibus [...]. Enfim, um conjunto de rituais e disciplinas que temos chamado de *cartilha turística*.

As exigências da *cartilha* incluem o cumprimento dos horários extremamente rígidos (tanto de saída e retorno, quanto no tempo cronometrado de visita em cada ponto): em Blumenau, por exemplo, observamos que “Com 10 ou 15 minutos de antecedência, todo grupo estava em frente ao hotel para o *city tour* em Pomerode, conforme combinado pelo guia no dia anterior”.⁵⁹ No segundo dia de viagem, em Curitiba, também fica evidente a antecipação dos turistas quanto ao horário e “Ao encontrar o guia no café da manhã, comento que, mesmo muito antes do horário combinado, muitas pessoas já estão esperando

⁵⁹ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

com as malas prontas no *hall* de entrada do hotel. Ele responde: ‘meus servos são bem obedientes’ e solta uma gargalhada”.⁶⁰

A observância das “chamadas de atenção” do guia para que as pessoas cumpram os horários e os momentos de silêncio também é uma exigência. Durante o *city tour* em Blumenau, “O guia entra na Fundação Cultural, passa em cada espaço lembrando as pessoas que já está no horário de retornar ao ônibus e pede a colaboração de todos para não atrasar o passeio”.⁶¹ Já no segundo dia de viagem em Gramado, dentro do ônibus [...].

A guia fala que a saída era às 09h e já estamos 5 minutos atrasados em função de duas pessoas que ainda não chegaram. Diz que viajar em grupo é ter responsabilidade, tem que cumprir horário e depois de questionada, repete com a voz aparentemente alterada e impaciente a programação do dia.⁶²

A preocupação com o tempo é um dos indícios de que o viajante se transformou em turista, segundo Cecília Meireles. Com a alma protestando contra a necessidade de ter que chegar com hora marcada ao próximo destino, durante uma viagem pela Espanha, a autora afirma que “Não há pior coisa, para uma pessoa imaginativa e andarilha, que viajar com hora marcada” (MEIRELES, 1999, p. 11).

A execução da *cartilha* não se encerra com o cumprimento dos horários, mas também pressupõe a realização de “deveres” relacionados à por onde e como andar e olhar, sendo tudo isso garantido pela postura de vigilância constante do guia. A estratégia adotada pelo guia que acompanhou a viagem para Curitiba foi o uso de uma bandeira, sendo que a primeira vez em que a usou foi na saída de um restaurante:

O guia está com uma pequena bandeira erguida e explica às pessoas que aquele objeto será a nossa referência para encontrá-lo, sempre que combinarmos algum ponto de encontro. Ele para em frente à porta do ônibus e, à medida que as pessoas vão entrando, vai diminuindo a altura da bandeira.⁶³

⁶⁰ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

⁶¹ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

⁶² DC3 - “Gramado e Canela”.

⁶³ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

Em outro momento, “O guia está indicando uma das saídas do Jardim Botânico com a sua bandeira e, contrariado, me diz que algumas pessoas queriam voltar pelo mesmo lugar que entraram”.⁶⁴ A irritação do guia nesta última situação deve-se unicamente ao fato de que alguns turistas não estavam seguindo o percurso que ele julgava correto no passeio pelo Jardim, pois nada mais impedia que as pessoas circulassem livremente no espaço, inclusive saindo pelo portão pelo qual havíamos entrado.

Para além da normatização dos horários, dos objetos que “devem” ser visualizados e do percurso que “deve” ser feito para isso, também foram observadas situações em que mesmo as atividades de cunho pessoal eram reguladas, como quando o guia “sugeriu” o momento em que os turistas deveriam tomar banho, descansar e fazer as refeições. Ao final do *city tour* em Blumenau, “Todos já estão novamente no ônibus e este segue para o hotel. O Guia comenta para aproveitarmos o Café Colonial, logo que chegarmos, para dar tempo de descansarmos e, depois, tomarmos banho, pois às 18h30min sairíamos novamente”.⁶⁵ No dia seguinte, o guia enfatiza que “todos devem estar almoçando ao meio-dia, para que às 13h30min estejam prontos para o passeio da tarde”.⁶⁶ Em Curitiba, não ser acordado pelo guia não era uma opção, a escolha era apenas quanto ao horário: “Voltando para o hotel, ainda dentro do ônibus, o guia fala sobre a programação da noite e da manhã seguinte. Pergunta se queremos que ele nos acorde às 6h ou às 6h30min. Em coro, as pessoas respondem às 6h”.⁶⁷

Este conjunto de regras disciplinares que se forma no interior da viagem e é amplamente aceito pelos turistas, constitui-se em uma especificidade inerente à modalidade da excursão, sendo necessário, em certa medida, para a organização de uma atividade comum a ser realizada por um grande grupo de pessoas. Afinal, nas viagens que acompanhamos, eram cerca de 30 pessoas para entrarem ao mesmo tempo em um restaurante, em um ponto turístico ou para serem transportadas de um ponto a outro. Por isso também há necessidade de reservas de hotéis e restaurantes, além da compra antecipada dos tickets de entrada para as atrações turísticas. Para além disso, pouca coisa é preciso informar aos responsáveis pelos espaços que serão visitados, já acostumados e preparados para receber grandes grupos de turistas.

⁶⁴ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

⁶⁵ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

⁶⁶ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

⁶⁷ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

No entanto, a disciplina exigida vai além de uma necessária organização objetiva, ela coincide e se confunde com a própria diversão. A disciplina não só permite que o indivíduo se integre à lógica do consumo e comprove a sua competência no lazer, como garante a adaptação aos ritmos da produção e reprodução mecânica, como afirma Horkheimer e Adorno (2015). Os esquemas da indústria cultural determinam de tal maneira todos os setores da produção espiritual que só resta divertir-se “obedecendo”:

[...] a mecanização adquiriu tanto poder sobre o homem em seu tempo de lazer e sobre a sua felicidade, determinada integralmente pela fabricação dos produtos de divertimento, que ele apenas pode captar as cópias e as reproduções do próprio processo de trabalho. O pretenso conteúdo é só uma pálida fachada; aquilo que se imprime é a sucessão automática de operações reguladas (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 31).

A obediência cega à *cartilha turística* limita a autonomia no campo do pensamento e da percepção, o que se verifica pelas reações dos turistas, não por acaso, extremamente condizente com o que delas se espera. Mesmo antes de ver o objeto turístico, eles já sabem o que pensar sobre ele e, se não sabem, são detalhadamente instruídos pelo guia. Além das situações descritas anteriormente, são ilustrativas as observações de Alain De Botton (2003) a respeito das reações automatizadas dos turistas frente ao que estava cristalizado como sendo significativo ou não entre os objetos turísticos espanhóis. Mais do que verificar se as distinções estabelecidas eram verdadeiras ou falsas, o autor constata seu efeito pernicioso:

Quando os guias elogiavam um local, exerciam pressão sobre o visitante por um entusiasmo que estivesse à altura de seu próprio entusiasmo abalizado. Quando se calavam, o prazer ou interesse pareciam descabidos. Muito antes de entrar no Monastério de Las Descalzas Reales, com suas três estrelas, eu conhecia a opinião oficial com a qual minha reação teria de se harmonizar: ‘O mais belo convento da Espanha. Uma escadaria majestosa com afrescos conduz ao claustro superior onde cada uma das capelas é mais suntuosa que sua antecessora’. O guia poderia ter acrescentado ‘e onde deve haver algo

de errado com o turista que não concordar com essa avaliação’ (DE BOTTON, 2003, p. 124).

A lógica da diversão organizada consiste em habituar os sentidos de tal forma que nem imaginação, nem pensamento sejam necessários. As repercussões disso consistem na homogeneização dos modos de viver, sentir e experimentar a viagem, de forma que a aceitação sem resistência ao que é oferecido converte-se na negação da liberdade que se acredita usufruir durante o lazer:

A libertação prometida pelo entretenimento é a do pensamento como negação. A impudência da pergunta retórica: ‘Que é que se quer?’ consiste em se dirigir às pessoas fingindo tratá-las como sujeitos pensantes, quando seu fito, na verdade, é o de desabitua-las ao contato com a subjetividade. (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 42).

O abandono de si e do próprio pensamento à descontração consiste no exato oposto do que se espera do indivíduo no trabalho. Esta divisão, extremamente racionalizada e rígida entre o lazer e o trabalho é a primeira obrigação que o sujeito deve cumprir, este é o primeiro requisito para que não haja liberdade no “tempo livre” (ADORNO, 2015). Neste sentido a diversão já é, de antemão, disciplina, como ensinam Horkheimer e Adorno, pois ela determina os espaços, tempos e as atividades correspondentes à esfera do lazer em relação ao trabalho⁶⁸.

Por outro lado, a disciplina intrínseca à viagem (os horários, a organização e a moralidade implícita) consiste na outra face da moeda do mesmo processo de implantação dos ritmos e sentidos do trabalho, sendo por isso que, segundo Adorno (2015, p. 104), o chamado “tempo livre” pode ser pensado como paródia de si mesmo, pois “nele se

⁶⁸ O fato de que o chamado “tempo livre” – tempo especificamente criado para o lazer – ser um tempo a serviço do mesmo sistema de produção do trabalho e geração de lucros, indica uma convergência de ambos e não uma oposição, bem como a fragilidade da suposta liberdade do primeiro. A crítica de Adorno (2015) é em relação aos conceitos atribuídos ao “tempo livre” e ao trabalho, não apenas porque o último pode ser prazeroso, ainda que como exceção, mas porque as atividades de lazer podem ser sérias. O autor entende que a convergência entre lazer e trabalho pode se dar no sentido positivo, de realização e satisfação, mas também de compromisso e seriedade em ambas as atividades, contrapondo a ideia de que as atividades de “tempo livre” seriam apenas um apêndice da vida e que deveriam ser vivenciadas ao modo dos *hobbies* e das pseudoatividades, ou seja, como satisfações compensatórias e “matação” de tempo.

prolonga a não liberdade [...]”. Embora o conceito de lazer tenha sido social e economicamente construído a partir da ideia de que este consistiria no espaço/tempo das atividades divertidas, relaxantes e que em nada lembrariam o trabalho, o que vemos, na excursão, é o seu reflexo a ritmos, formas, exigências e comportamentos da esfera laboral.

A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada pelos que querem se subtrair aos processos de trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de enfrenta-lo. [...] Do processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode fugir adequando-se a ele mesmo no ócio. Disso sofre incuravelmente toda diversão. (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 31).

Assim como no trabalho em que são elaboradas estratégias para maior disciplina e eficiência dos funcionários, no turismo são previstas punições e premiações conforme o cumprimento ou não das regras estabelecidas. Uma destas situações ocorreu em Curitiba, após o retorno ao ônibus a um dos pontos turísticos da cidade:

O guia fala que faltam apenas duas pessoas para entrar no ônibus. Ele procura o telefone na lista de passageiros, mas antes de ligar, as turistas são avistadas caminhando apressadas em direção ao veículo. O guia pede para batermos palmas e cantarmos uma música sobre seu atraso assim que entrarem. As turistas entram no ônibus e caminham em direção a seus assentos, visivelmente constrangidas, ao som das palmas e da música.⁶⁹

Da mesma forma, o atendimento às regras e o comportamento “adequado” também são enaltecidos, a exemplo de outro momento em que o mesmo guia “parabeniza a pontualidade do grupo e todos batem palmas sorridentes”.⁷⁰ Estas situações se repetem em grande parte da viagem e os turistas demonstram satisfação ao terem seu bom comportamento reconhecido. Talvez mesmo para aqueles que já não fazem parte do sistema trabalhista formal, como é o caso de muitos entrevistados aposentados, e não exercem funções remuneradas, a viagem ajuda a manter ou recuperar um ritmo sem o qual eles não

⁶⁹ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

⁷⁰ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

conseguem mais viver, tanto que, todos “colaboram” para isso por meio de uma vigilância mútua. Se a normatização dos horários já é bastante explícita e exigida pelos profissionais envolvidos, também é reforçada pelos turistas:

Perto do horário de saída da viagem de Florianópolis a Gramado, a guia sobe ao ônibus dizendo que faltam algumas pessoas. Os senhores sentados próximos a mim comentam que gostam de chegar com antecedência, recriminando, de certa forma, os que chegam ‘em cima do laço’, nas suas palavras.⁷¹

Durante a entrevista, seu Arthur também expressa a “necessidade” de os turistas cumprirem os horários durante o lazer de forma tão enfática como no trabalho: *Todos têm horários a cumprir, todos têm relógio. É só ver que o pessoal não está mais ali na frente do hotel e ir para o ônibus [...]. Até acho que a guia podia ser mais enérgica. Não gosto de guia que não seja enérgica. Ela tem que cobrar que o pessoal cumpra o horário.*⁷²

Além dos horários, também foram observadas cobranças em relação a outros comportamentos dos turistas entre os companheiros de viagem. Durante *city tour* em Curitiba, a

Guia diz que teremos 20 minutos para ver o Parque, que foi construído em homenagem aos imigrantes ucranianos. Uma pessoa comenta: “será apenas 10 minutos para descer e 10 minutos para subir”. Outra diz: “aqui eu não vou nem descer”. Uma terceira contra-argumenta: “a gente veio para passear, não para dormir”, notadamente criticando a fala anterior.⁷³

Além da reclamação pelo pouco tempo disponibilizado para conhecer o Parque, chama a atenção como os próprios turistas esperam e exigem determinados comportamentos dos colegas de viagem, neste caso, esperando que eles “descessem” em todos os pontos, que não “perdessem” coisa alguma e que não deixassem de ver tudo, por isso foi considerado inadmissível que alguém pudesse optar por ficar no ônibus

⁷¹ DC3 - “Gramado e Canela”.

⁷² Arthur: 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

⁷³ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

em determinado passeio. Diferentemente de uma necessária organização do grupo e da viagem, estas regras implícitas parecem atender a um padrão moral, determinado pela “competência” a ser demonstrada durante o lazer, esta materializada pela adequação do indivíduo à *cartilha turística*.

Se, no geral, o “tempo livre” não é livre, na excursão é menos ainda, pois além da autovigilância, há, pelo menos, outras 25 pessoas para contribuir nesta tarefa, inclusive, no momento de descanso no quarto e durante as refeições, aí também são percebidas regras de vestimenta, de cuidado com barulhos e de cordialidade que extrapolam a boa convivência necessária e desejada para o estabelecimento das relações humanas.

Um último aspecto, ainda, precisa ser considerado na análise. Se a disciplina que se impõe à viagem ou se constitui no seu interior determina uma relação reificada entre o sujeito e o objeto turístico, como vimos, isto se intensifica quando, além de consumidor, o turista é idoso. Em outras palavras, observamos que na dinâmica da excursão, com suas regras, relações e hierarquias (principalmente do guia para com o grupo) o turista-idoso não é apenas o consumidor a quem a indústria cultural já privou de subjetividade por meio dos seus mecanismos, mas também, muitas vezes, um “infante”, a quem é negada a opinião ou desconsiderada a sua história.

As representações sociais sobre a velhice têm sido elaboradas, em grande medida, em torno das situações de doença e dependência física ou emocional, o que acaba determinado práticas calcadas em um “fazer por”, como explicam Miguel, Pinto e Marcon (2007), contribuindo segundo as autoras para uma dependência maior do que a realidade impõe e desencadeando um processo de infantilização desta população. Considerações como estas, partem de estudos que têm em vista a perda da autonomia dos idosos no que se refere à realização das chamadas atividades da vida diária, devido a progressivas limitações relacionadas às capacidades funcionais e mentais, algumas vezes hipostasiadas pela sociedade.

Na situação investigada, os dados evidenciam uma prática baseada, sobretudo, em um “pensar por” concretizada pelas constantes “lembranças” sobre os remédios que os idosos devem tomar, as “sugestões” sobre suas atividades de autocuidado, a “proposição” sobre a forma e o horário de acordar, mas principalmente quando o guia parece como que apresentando o mundo para uma criança, como se o idoso já não tivesse sido inserido neste mundo, como se não tivesse

história, memória ou saber, o que, de certa forma, contribui para o enfraquecimento da sua autonomia como sujeito.

Neste sentido, o serviço dispensado ao turista-idoso muito se aproxima daquele que vemos sendo dispensado à população infantil. Não por acaso, o modelo de viagem de excursão é constantemente destinado a grupos de crianças (por meio das viagens pedagógicas escolares) e para os idosos em turismo. Os turistas da excursão, assim como as crianças, não decidem a hora e o que vão comer, assim como não sabem o valor das refeições, alguém decidirá e saberá por eles⁷⁴. Mais do que isto, sua capacidade decisória é questionada quando o guia pergunta o horário em que deve acordá-los, como se fossem incapazes de cuidar de si, ou quando impõe interpretações prévias sobre os objetos turísticos, como se eles também não conseguissem fazer isso por si, favorecendo as situações de dependência mesmo quando elas não existem ou não se fazem necessárias. Acreditamos que, assim como observaram Miguel, Pinto e Marcon (2007) na relação entre cuidadores e idosos institucionalizados, o guia exerce sobre o turista-idoso um grau de poder e controle comparáveis ao que os pais têm sobre os filhos pequenos.

Se, por um lado, a excursão colabora para a infantilização do idoso, por outro ela também é experimentada como alternativa a este processo, que também se dá no interior das próprias famílias, como pudemos perceber na conversa com o Senhor João, durante um almoço no hotel de Lages:

Sento-me com um senhor que filmou vários momentos da viagem, ele é um dos poucos homens que observei viajando sozinho. Ele diz que viaja bastante, fala dos filhos, que eles lhe convidam para viajar, mas ele não vai, prefere viajar sozinho, pois os filhos ficam só dizendo para ele cuidar disso ou daquilo, desde o que ele deve comer até os horários dos remédios [...] e ele quer ser independente. Diz que sempre gostou de viajar de carro, mas agora tem que ser de ônibus, pois está muito velho.⁷⁵

⁷⁴ Todos os ingressos de atrações previstas na programação e as três refeições diárias já estavam incluídas no valor da excursão, sendo necessário apenas que o turista pagasse lanches extras e bebidas consumidas.

⁷⁵ DC4 - “Colheita da Maçã”.

Apesar de a excursão ser experimentada em quase sua totalidade como disciplina e que o excesso de controle incida de modo particular sobre os idosos, a quem não se atribui mais qualquer autoridade, sua lógica é subvertida por aqueles que, por meio dela, encontram caminhos para escapar de outras formas de controle e desfrutar de pequenos espaços e tempos de autonomia e independência, seja dos filhos, como no caso do Senhor João, ou do marido, como no caso de Dona Júlia, relatado anteriormente. Ainda que as amarras do universo familiar sejam recriadas durante a viagem, como a cobrança em relação aos remédios, por exemplo, e que inúmeras outras sejam instituídas, o fato delas serem direcionadas a um coletivo contribui para que, individualmente, o turista-idoso encontre algumas brechas para, delas, escapar.

Ao longo deste capítulo procuramos pensar os (não) lugares da aventura e da diversão nas excursões acompanhadas. Mais do que manter a organização da viagem e a segurança física dos turistas, o controle dos “riscos” e a disciplina exigida privilegiam as experiências de diversão em detrimento das experiências de aventura, a ponto de quase substituírem a última por completo. Se intrínseco à aventura está uma disposição para o que “estar por vir”, para um caminhar aberto ao novo, à diversão é exigida a antecipação, um caminhar seguro em direção ao conhecido. A diversão na excursão e a excursão como diversão são produzidas por aquilo que chamamos de *cartilha turística* e se materializam por um conjunto de deveres que incluem: a visita ao máximo de pontos turísticos e àqueles mais famosos, as fotografias que reproduzem os cartões postais, a cordialidade excessiva, o cumprimento rígido dos horários, o aceite às interpretações dos guias e a obediência às suas orientações [...]. O cumprimento dos deveres é garantido por meio de mecanismos disciplinares semelhantes aos da esfera do trabalho, adaptados às situações da viagem e incluem: o controle externo pelo guia e demais turistas, a autovigilância, as punições e premiações relacionadas ao comportamento, a comprovação dos resultados e da experiência de sucesso com as fotografias e *souvenirs*.

Ainda que o cumprimento ou a adaptação à *cartilha turística* diminua consideravelmente as possibilidades de relações mais individualizadas com os objetos (turísticos ou não), havendo pouco espaço para a espontaneidade e o estranhamento, foi possível observar exemplos pontuais de experiências de aventura. Estas permanecem viáveis enquanto ainda é possível escapar à necessidade de performance no lazer, quando resta ao espírito alguma autonomia para a construção de outros sentidos para as experiências vividas que não os determinados externamente, talvez, enquanto haja a possibilidade de existirmos, ainda

que oprimidos, como observaram Horkheimer e Adorno (2015)⁷⁶. Neste sentido, há espaço para a aventura quando o turista assume o risco de não saber exatamente o que verá ou acontecerá no instante seguinte da viagem, quando encontra forças para impedir que seus sentidos sejam completamente controlados ou dominados pela diversão, quando ainda lhe resta disposição para “perder-se”, mesmo no interior das condições de espaço e tempo que a viagem lhe permite, como aconteceu com Sônia, na viagem à Curitiba:

Após algumas horas livres no centro de Morretes encontro Sônia e pergunto onde ela estava, já que não lhe havia visto nos espaços turísticos pelos quais circulei com os outros turistas. Ela conta que passeou por outras ruas da cidade, pois gosta de descobrir lugares diferentes. Fala sobre duas igrejas que “conseguiu” entrar por portas secundárias, descreve o jardim de uma pequena praça mais afastada das ruas centrais e conta sobre algumas casas cujas fachadas antigas estão preservadas. Diz que gosta de andar e ver outros aspectos da cidade e aponta para um local afastado das ruas lotadas de turistas, um espaço bem arborizado e com um banco de concreto onde se observa que passa um rio. Ela me convida para irmos até lá, antes que o guia chegue ao ônibus e peça para entrarmos. Lá, sentamos e conversamos por alguns minutos. Em seguida caminhamos vagarosamente por algumas ruas pouco movimentadas pelas quais ela já havia passado e ela vai apontando os detalhes de casas construídas na década de 1890, conforme os registros gravados nas fachadas.⁷⁷

A prática de perder-se que estamos falando não se refere ao desconhecimento sobre a própria localização ou a orientação certa a seguir para se chegar a um lugar, ao contrário, trata-se precisamente de um exercício voluntário de se “desorientar” da dimensão espacial, temporal e racionalizada na qual o sujeito contemporâneo está

⁷⁶ Os autores se referiam a um contexto não mais reproduzível, trata-se da Europa pré-fascista, quando, segundo eles, ainda era possível escapar aos mecanismos de mercado tendo em vista o atraso do continente em relação à tendência ao monopólio cultural vivida nos países ocidentais (HORKHEIMER; ADORNO, 2015).

⁷⁷ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

mergulhado. No entanto, esta não é uma tarefa fácil, como afirma Benjamin (2012h, p. 73): “saber orientar-se numa cidade não significa muito. No entanto, perder-se numa cidade, como alguém se perde numa floresta, exige instrução [...]”. Segundo Susan Sontag (1986, p. 86), o trecho de Benjamin refere-se a “uma sensação original de ‘impotência diante da cidade’. Seu objetivo é tornar-se um competente leitor de mapas da cidade, que sabe como perder-se. E localizar-se por meio de mapas imaginários”, esforço que exige ao mesmo tempo apropriação e contemplação para a produção de semelhanças⁷⁸.

Porém, sob a crença de que a diversão, circunscrita à lógica da sociedade de massa, concentra os elementos necessários para uma vida feliz e plena, o indivíduo adapta-se mais facilmente a ela e as suas exigências do que a uma busca por aventura de fato. Elevada a um nível máximo de adaptação, a experiência da diversão torna-se automatizada ao ponto de adquirir as características de uma mercadoria biológica,

[...] diga-se a propósito que a diversão, sendo necessária à manutenção da vida como o trabalho e o sono, é alimento para ser digerido como o pão, e é, como elemento fundamental de salvaguarda e restauração da vida biológica. (AMBRÓZIO, 2005, p. 108-109).

Como mercadoria a ser consumida, a diversão proporcionada por meio do turismo precisa ser sempre renovada por novos produtos, seja no interior da viagem – no qual sempre há mais um lugar a ser visitado, um monumento a ser fotografado, um vinho a ser degustado, uma lembrancinha a ser comprada – seja pela viagem a outro destino turístico, numa produção permanente de um sentimento de dívida eterna. Neste sentido, no próximo capítulo, direcionamos a análise para a repercussão deste modelo de viagem na conformação dos sentidos (visão, audição, paladar, tato, olfato), especialmente à formação de uma subjetividade centrada no e pelo corpo tendo em vista a valorização da sensação e do consumo como formas hegemônicas de vivenciar o turismo.

⁷⁸ A capacidade de produzir semelhanças e de também percebê-las inscreve-se na abordagem benjaminiana sobre a faculdade mimética, que será abordada no Capítulo 3. Esta faculdade que permite ao homem construir sentidos e relações com o mundo por meio da reflexão, da linguagem e da imaginação, tem se enfraquecido com as transformações na percepção iniciada por vários processos a partir da modernidade, intrínsecos à esfera do lazer e do trabalho, levando à automação dos sentidos e a conformação dos sujeitos.

2 TREINAMENTO DOS SENTIDOS NO TURISMO

*A boca arde. A pele salga. O olhar eterniza. O peito batuca. E a alma sente. Salvador é uma festa para os sentidos. Venha ouvir os sons, provar os sabores e sentir os cheiros desta cidade surpreendentemente diferente. Salvador, você sente que é diferente.*⁷⁹

A epígrafe refere-se a uma campanha publicitária da Secretaria de Turismo da Prefeitura de Salvador, capital do estado da Bahia, e mostra que a experiência com os sentidos é promessa do turismo. A partir disso, a pergunta que inspira este capítulo é: em que medida e de que formas tais experiências se concretizam? Como o turismo contribui na produção social dos sentidos?

Conforme mostra Walter Benjamin (1994d), as condições sociais dadas pelo desenvolvimento técnico e pela evolução das forças de produção capitalistas do início do século XX influenciaram na transformação das estruturas subjetivas da nossa percepção, ao ponto de muito passar a se dar sob o ritmo da produção industrial. Alguns exemplos apontados pelo autor são as novas experiências ópticas e táteis. As primeiras surgidas em função da circulação de pessoas e mercadorias nas grandes cidades, exigindo um mover-se cada vez mais rápido e atento ao tráfego, às luzes e à multidão, enquanto as segundas surgem com a automatização, quando inúmeras atividades do cotidiano realizadas por uma série de movimentos passam a ser substituídas por um único “click”, como é exemplo o registro de uma lembrança pelo acionar da máquina fotográfica (BENJAMIN, 1994d).

É, portanto, na experiência das grandes cidades que emerge entre o final do século XIX e início do século XX que a subjetividade moderna se constitui em grande medida. Elas são o palco em que se intensificam as transformações técnicas e socioculturais, exigindo dos sujeitos modernos

[...] a apreensão de uma nova temporalidade, de inéditas formas de velocidade [...]. É na cidade que os sentidos são educados, que corpo, mimese e técnica se compatibilizam para que se constitua

⁷⁹ Campanha publicitária da Prefeitura Municipal de Salvador. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RqD4Yc4npZ4>>. Acesso em: 25 nov. 2014.

uma memória que possa tentar sobreviver aos choques da vida moderna (BASSANI; RICHTER; VAZ, 2013, p. 77).

O turismo, como prática originária deste contexto de mudanças foi um fenômeno social importante como constituinte e constituidor destas novas formas de subjetividade.

As viagens de formação burguesa, conhecidas como *Grand Tour*, já no século XVIII nos mostravam isso. Conforme explica Salgueiro (2002), a prática do *Tour* favoreceu, em grande medida, o gosto e a apreciação pelo cenário natural, pois as experiências de grandes deslocamentos permitiam a visualização e a admiração de paisagens totalmente diferentes daquelas encontradas nos locais de origem do viajante. A baixa velocidade dos meios de transporte utilizados no *Tour*, compostos por carroças, cavalos e barcos à vela, além de oportunizarem a apreciação visual lenta da paisagem, pouco interferiam na percepção auditiva, de modo que os sons e o silêncio ainda podiam ser percebidos de forma “limpa”, diferentemente de quando as viagens passam a ser realizadas pelas ruidosas locomotivas (SALGUEIRO, 2002).

A valorização visual também era reforçada por meio das pinturas das vistas das cidades. Conforme Salgueiro (2002) seja como forma de lembrança ou objeto de estudo, esta prática estruturou uma linguagem artística específica que favoreceu um determinado modo de olhar as aglomerações urbanas. Esta linguagem era formada, especialmente por,

[...] paisagens panorâmicas ou fragmentos (recortes) de paisagens com algum acidente físico de especial interesse (vulcão, baía, lago, vale, litoral, etc.), vistas de cidades (*vedute*) de apelo histórico, monumentos arquitetônicos antigos, além de detalhes de ornamentação e de elementos arquitetônicos de construções do passado, ricos em trabalho humano que a sociedade moderna perceberia de maneira cada vez mais nostálgica (SALGUEIRO, 2002, p.304).

Ao atender às necessidades de representação visual colocadas pelo viajante, a produção desta arte específica (pintura de vistas da cidade) já começa a contribuir para que o olhar fosse direcionado a determinadas características das cidades, contribuindo na produção idealizada de espaços turísticos e estimulando a prática da viagem em outros potenciais viajantes (SALGUEIRO, 2002).

O interior das próprias cidades também proporcionava um novo modo de percepção visual. Urry (1996) esclarece que a estrutura e

arquitetura dos centros urbanos, cujo ícone era a cidade de Paris, permitiram uma nova forma de ver e ser visto, as ruas largas e alinhadas abriram espaço para que o olhar fosse projetado à distância, os *boulevares* e cafés criaram novos espaços e experiências em público. Segundo o autor, foi o *flâneur* que descobriu a cidade como paisagem e por isso é tido como o precursor do turista. Porém, se o *flâneur* – na concepção benjaminiana do personagem (BENJAMIN, 1994b)⁸⁰ – em seus passeios, contemplava a cidade e a multidão como um anônimo, alguém que podia se deslocar e observar sem ser observado, o turista atual procura ver e ser visto, especialmente fotografar e ser fotografado. Além disso, este novo personagem também é antítese do *flâneur* do início do século, à medida que o primeiro é absorvido pela cidade ao seguir o fluxo e ritmo impostos por ela, tal como me deixei absorver pelo grupo de turistas no período de pesquisa exploratória, enquanto o segundo procura maneiras de absorvê-la nos seus detalhes, seguindo no seu contrafluxo e num ritmo próprio.

Os avanços nas questões ligadas ao deslocamento nas viagens também foram decisivos para a produção de uma nova experiência visual e sinestésica. Se considerarmos a teoria de Berkeley de que a distância não é diretamente percebida pela visão, mas se constitui por uma construção mental baseada na associação de experiências visuais e táteis (ZUNINO, 2006)⁸¹, as melhorias nos meios de transporte e a abertura de estradas, ferrovias e portos foram importantes também na formação tátil, na medida em que permitiram o desenvolvimento de uma nova percepção espacial relacionada às noções de proximidade e distância.

Considerando que o tato não se refere apenas à percepção dos objetos que tocam a nossa pele, mas também à percepção de posição e movimento do nosso corpo em relação ao meio externo, viajar nos

⁸⁰ O *flâneur* é um personagem redescoberto por Benjamin na obra de poetas como Charles Baudelaire e Edgar Poe, neste último, particularmente no conto *O homem na multidão*, de 1940. Movido pelo sentimento de identificação com o espírito urbano e moderno, o personagem lança um novo olhar sobre o recém criado cenário urbano, um olhar que “vê a cidade sem disfarces” (BENJAMIN, 1994b, p.56).

⁸¹ Como explica Zunino (2006), Berkeley argumenta que a distância não poderia ser uma qualidade apreendida diretamente pela visão, pois não podemos ver a distância em si. A distância só poderia ser algo “sugerido” a nossa mente justamente pela experiência, associando percepção visual e tátil. Esta mesma associação seria necessária para a percepção de tamanho e posição dos objetos em relação ao nosso corpo.

modernos meios de transporte propiciava tanto conforto, como uma sensação de velocidade em níveis inimagináveis aos viajantes das dificultosas viagens tradicionais. Com as maiores possibilidades de se ter um automóvel e/ou acesso ao ônibus na segunda metade do século XX, estas transformações na percepção tátil aumentaram significativamente, além de conformarem um modo de visualização e apreensão da paisagem cada vez mais rápidos.

No contemporâneo, o turismo é praticado a partir de outras condições, mas, ao que tudo indica, e como buscamos mostrar a seguir, ele permanece uma prática intensificadora e modeladora importante na nossa formação subjetiva. Começaremos descrevendo e analisando a produção do olhar e seu papel no contexto das excursões, tendo em vista o lugar preponderante que a visão adquire na viagem e, de modo geral, em toda a vida moderna, como apontam, inclusive, os aspectos que ressaltamos acima.

2.1 OLHAR E REGISTRAR

Artefatos e imagens de museus, fachadas de casas, paisagens naturais, artesanato, decoração com luzes e cores, coreografias, danças e trajes típicos, fotografias, cartões postais, feiras, vitrines, esculturas, mais decoração temática, e muitas horas olhando, seja o que for, através da janela do ônibus, da lente da câmera e a “olho nu” [...]. Assim como em todas as dimensões da vida contemporânea, é essencialmente por meio do olhar que o turista faz experiência da sua viagem.

Não por acaso, no contexto investigado, os olhos são metáforas para expressar a experiência vivida, como na saída do Museu Mundo a Vapor, em Gramado, quando um senhor comenta: “quanta coisa linda, meus olhos ficaram mais azuis”.⁸² Ou, quando Ivone justifica a importância da viagem uma vez que *é o melhor investimento que a gente faz porque o resto tudo fica no mundo, mas o conhecimento, o que tu vês e o que os olhos contemplam ninguém te rouba, é um investimento que ninguém te rouba, tu morres com isso*.⁸³ Além disso, a cidade de

⁸² DC3 - “Gramado e Canela”.

⁸³ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viagrou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

Gramado se “despede” dos turistas com o seguinte recado gravado no seu pórtico: “Leve nos olhos a imagem colorida de Gramado”.⁸⁴

Chauí (1988) nos põe em contato com a espantosa dimensão que a visão tomou no cotidiano precisamente por meio das diferentes metáforas que utilizamos a partir dela. Assim, o olhar teria o poder negativo que atribuímos ao “mau olhado”, mas também o poder positivo para identificar o “amor à primeira vista” ou, “à última vista”, como escreve Benjamin (1994b) em análise a um poema de Baudelaire, em que o sujeito é arrebatado com a aparição da bela mulher que em seguida desaparece na multidão⁸⁵. Ao mesmo tempo em que afirmamos que “algo tem a ver”, aconselhamos alguém a “não olhar para trás” e, ainda, frequentemente associamos o olhar com outros sentidos quando dizemos “veja o que diz” ou “olha que bela música”. O olhar também é protagonista no trabalho do pesquisador, visto que, segundo a autora, assim como a investigação do policial, a investigação do cientista exige um olhar que espia, que espregueia e que espiona. A visão, portanto, seria o “instrumento mais apto para a investigação e por isso é o sentido que maior prazer nos causa, pois, por natureza, desejamos conhecer” (CHAUÍ, 1988, p.33).

A relação que temos com os olhos e a qualidade quase mágica que atribuímos a eles se dá pela crença no seu poder de simultaneamente expor ao visível o nosso íntimo – e por isso os consideramos a “janela da alma” – quanto captar o que está no exterior – por isso também os chamamos de espelhos do mundo, como explica Chauí (1988). Este duplo crédito, de que a visão dependeria tanto do objeto do olhar quanto dos nossos olhos, está relacionado à capacidade de a visão oferecer materialidade às coisas imateriais, afinal:

O olhar apalpa as coisas, repousa sobre elas, viaja no meio delas, mas delas não se apropria. “Resume” e ultrapassa os outros sentidos porque os realiza naquilo que lhes é vedado pela finitude do corpo, a saída de si, sem precisar de mediação

⁸⁴ DC3 - “Gramado e Canela”.

⁸⁵ Trata-se do soneto *A Uma Passante* de *As Flores do Mal*, que Benjamin analisa juntamente com outras obras na tentativa de compreensão das novas experiências perceptivas do sujeito perante o fenômeno da multidão, que incluem as vivências de choque. Assim, ainda sobre o soneto, o autor observa: o que faz do sujeito que olha a passante um “‘basbaque’ não é a perplexidade de uma imagem que se apodera de todos os recônditos do seu ser; é algo mais próximo ao choque com que um desejo imperioso acomete subitamente o solitário.” (1994b, p. 43).

alguma, e a volta a si, sem sofrer qualquer alteração material. É essa imaterialidade da operação visual que a torna tão propícia ao espírito (CHAUÍ, 1988, p. 40).

Apesar de expressarmos pela linguagem nossa capacidade de “ver com os ouvidos”, “ver com o tato” ou ainda “ver com a mente”, através de um olhar interior que seria propício ao espírito (CHAUÍ, 1988), questionamos em que medida continuamos a fazer uso deste poder da visão, tendo em vista um contexto social constantemente descrito pela saturação e consumo de imagens. Se Sontag (1981) já lamentava a prevalência de um mundo asfixiado de imagens na década de 1970, quando escreveu *Ensaio sobre a fotografia*, hoje talvez pudéssemos falar de uma avalanche sob a qual já estamos soterrados, nos levando a questionar o quanto nosso olhar conserva a capacidade de sair de si, em detrimento a uma urgência de absorver mais imagens para si.

Se, tanto a dimensão filosófica quanto as condições objetivas (estrutura urbana, desenvolvimento dos meios de transporte, tecnologias de captação e reprodução de imagens) contribuíram para que a visão se tornasse a forma central de apreensão da realidade a partir da modernidade, poderíamos dizer que o turismo transformou este sentido em uma forma de lazer e distração, fazendo do olhar uma atividade com fim em si mesma, símbolo de *status*, como indica Urry (1996), talvez como também tenha feito o cinema, em certa medida. O relato de Vilson ajuda a compreender o turismo como prática de lazer em que o olhar é a atividade principal, quando não a única:

[Sobre as motivações para viajar] Primeiro é porque gosto de conhecer lugares diferentes, ir a museus, eu adoro. Quando eu vou num lugar gosto de mirar aquelas construções antigas. Na Argentina, por exemplo, me encantam aqueles prédios, aqueles mosaicos, então são coisas assim que me chamam a atenção. Em todo lugar que eu vou eu pego a minha máquina e tiro fotos daqui e dali, até de passarinho que não tem aqui eu tiro foto (Grifo nosso).⁸⁶

John Urry (1996) já destacara a importância da experiência do olhar no turismo e a utiliza como categoria de análise para compreender

⁸⁶ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

o fenômeno. Na perspectiva do autor, o turismo consiste na construção e no desenvolvimento histórico e social de um olhar direcionado a uma imagem (da paisagem, do cenário...). Para além disso, propomos que a construção e o desenvolvimento deste olhar se direciona para seu uso quase que unicamente como entretenimento, resultando na sua automatização e embotamento.

As imagens prévias sobre os lugares a serem visitados são um dos principais elementos desencadeadores deste processo. É a partir de algo que a visão proporcionaria que as expectativas antes das viagens e as lembranças após elas são formadas.

As viagens organizadas pelo Programa Turismo Social do SESC são divulgadas por meio de site específico e materiais impressos bastante simples, acompanhados do título da excursão, roteiro, valores a serem pagos e uma ou duas imagens. No material de divulgação da excursão “Gramado e Canela” aparece a imagem de um dos pórticos da primeira cidade. Construído com madeira e pedra em estilo bávaro, o pórtico possui recortes detalhados na madeira que reveste o telhado. No canto inferior esquerdo é possível ver canteiros floridos.

Figura 1 - Pórtico de Gramado via Nova Petrópolis



Fonte: Site Sopa Cultural⁸⁷

Embora tenhamos passado de ônibus pelo pórtico algumas vezes durante os passeios que foram realizados dentro da cidade, ele não foi ponto de visita e tampouco referenciado pelo guia ou por outro turista. Parece-nos que, para o turista é mais importante o que a imagem de

⁸⁷ A Figura 1 está disponível em: <<http://www.sopacultural.com/gramado-e-eleita-a-cidade-preferida-dos-viajantes/>>. Acesso em: 11 nov. 2016. Esta é a mesma figura utilizada pelo Programa Turismo Social do SESC, mas no momento da inclusão desta no texto, as imagens que o SESC empregava para divulgação das excursões a Gramado se referiam aos eventos natalinos que lá aconteciam.

divulgação representa, ou os símbolos que ela remete, do que conhecer ou se aproximar do elemento em si, neste caso, o pórtico. Isto bem se expressa quando Arthur responde com convicção à pergunta sobre o motivo pelo qual escolheu Gramado para viajar: *Ah, por curiosidade de conhecer. Porque a gente vê na televisão a vida inteira que Gramado é a cidade do turismo e dos artistas famosos do Brasil*⁸⁸, provavelmente referindo-se ao Festival de Cinema⁸⁹. Um conjunto de outras imagens e símbolos sobre Gramado já estava fixado na mente de Arthur e a imagem específica do Pórtico só fizera com que ele entrasse em contato com eles. Estas imagens que emergem à lembrança como fruto do nosso contato com o excesso imagético reproduzido tecnicamente, carecem de profundidade e riqueza espiritual, como constatou Proust, em função do “mundo de imagens” que lhe vinha à tona com a simples menção da palavra Veneza, isso já no início do século passado (BENJAMIN, 1994d, p. 137). Arquivadas e disponíveis na nossa memória voluntária (*mémoire volontaire*), como elaborou Proust, nossa relação com estas imagens seria desprovida de perceptibilidade e de dimensão aurática.

Na excursão intitulada “Magia de Natal de Blumenau”, o prédio da Prefeitura da cidade também não pôde ser observado tal como estava representado na imagem do cartaz de divulgação. Na Figura 2, podemos observar uma pequena parte do edifício, construído com a técnica enxaimel, decorada com adereços natalinos e luzes que contrastam com a escuridão noturna. No canto inferior esquerdo deixam-se ver pessoas circulando em frente à construção e, no lado direito, a estrutura de uma árvore de Natal construída somente com luzes brancas.

⁸⁸ Arthur - 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

⁸⁹ O Festival de Cinema de Gramado acontece desde 1973, é o principal evento ininterrupto do gênero no país e desde 1992 também inclui produções cinematográficas de outros países da América Latina. Embora a transmissão do Festival não seja realizada pelos principais canais abertos de televisão, notícias sobre os premiados entre outras informações são amplamente divulgadas pelos meios de comunicação.

Figura 2 - Imagem de divulgação da excursão “Magia de Natal em Blumenau”



Fonte: Site do Programa Turismo Social (PTS) do SESC⁹⁰

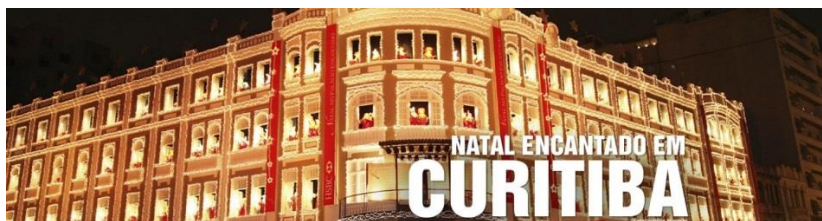
Apesar de estar inclusa no *city tour* pela cidade, a visualização da Prefeitura foi realizada durante o dia e muito rapidamente, através da janela do ônibus ou da lente da máquina fotográfica, já que o guia concedeu apenas alguns minutos para que as pessoas descessem do ônibus em frente à construção para tirarem fotografias. Neste momento, alguns turistas optaram por não desembarcar já que, como disse um senhor: “dá para ver daqui mesmo”⁹¹. Novamente a vista proporcionada pela excursão não correspondia à “magia” de um ambiente abundantemente decorado com luzes e artefatos natalinos, conforme apresentava a imagem de divulgação. Isso não parece ter sido um problema para os turistas, pois a “magia” que o cartaz vendia, embora não fora visualizada na passagem pelo prédio da Prefeitura, foi encontrada em outro ponto turístico, no local conhecido como Vila Germânica, onde aconteceu o desfile natalino.

A imagem que ilustra a excursão “Natal encantado em Curitiba” é a da esquina onde se encontra o Palácio Avenida (Figura 3). Trata-se de um imponente edifício histórico com 4 andares, cuja fachada é composta por dezenas de janelas nas quais podemos ver crianças vestidas de vermelho, apresentando-se em um coral. Todo o prédio é contornado por luzes de Natal. Neste caso, a vista que obtivemos na excursão foi muito próxima da imagem divulgada, já que assistir a apresentação do coral, à noite, constituía-se em uma das atividades principais da excursão.

⁹⁰ A Figura 2 está disponível em: <<http://ww2.sesc-sc.com.br/viagens/viagem/395/blumenau-e-magia-de-natal.html>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

⁹¹ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

Figura 3 - Imagem de divulgação da excursão “Natal Encantado em Curitiba”



Fonte: Site do Programa Turismo Social (PTS) do SESC⁹²

Outra imagem ilustrativa desta viagem é a locomotiva do Trem Serra do Mar fazendo uma curva à beira de um penhasco (Figura 4). Além do trem que realmente viajamos ser mais modesto que aquele mostrado na fotografia, o ponto de vista pelo qual foi feita a imagem é impossível para qualquer passageiro no contexto real, sendo que a imagem da divulgação só pode ser visualizada mentalmente.

Figura 4 - Trem Serra do Mar



Fonte: Site Gazeta do Povo⁹³

⁹² A Figura 3 está disponível em: <<http://ww2.sesc-sc.com.br/viagens/viagem/1016/natal-encantado-em-curitiba-pr.html>>. Acesso em: 11 jun. 2016.

⁹³ A Figura 4 está disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/turismo/trem-de-luxo-em-curitiba-tem-saidas-extras-com-tarifas-especiais-ate-o-dia-29/>>. Acesso em: 11 nov. 2016. Esta é a mesma figura

A excursão denominada “Colheita da Maçã” é divulgada com uma imagem bem aproximada de algumas maçãs, passando a impressão de fartura e frescor da fruta em associação com a ideia romantizada de natureza.

Figura 5 - Imagem de divulgação da excursão “Colheita da Maçã”.



Fonte: Site do Programa Turismo Social (PTS) do SESC⁹⁴

Não por um acaso, é a partir desta associação que Dona Valéria explica a escolha de Lages como destino turístico: Eu adoro natureza, frutas, plantas [...]. A gente já tinha ido muitas vezes para lá (Lages) e para São Joaquim também. Já tinha ido muitas vezes para a Festa da Maçã, mas nunca tinha ido para a colheita. Eu queria ir mesmo para a colheita, ter a sensação de apanhar a fruta no pé, é tão bonitinho né?⁹⁵

A atividade da Colheita da Maçã foi realizada no segundo dia de viagem e de forma bastante eufórica e apressada, conforme descrevemos a seguir:

13:00 Chegada na plantação de maçã. Em frente aos pomares há grandes galpões de armazenamento, com balanças e grandes caixas de maçãs. O terreno de terra em volta do galpão é irregular, há algumas caixas com frutas estragadas e um amontoado de galhos e folhas em um canto. Os turistas conversam enquanto o guia procura o responsável do local. Assim que chega, o responsável distribui sacolas plásticas para os

utilizada pelo Programa Turismo Social do SESC, mas no momento da inclusão desta no texto, a imagem utilizada pelo SESC estava com baixa resolução.

⁹⁴ A Figura 5 está disponível em: <<http://ww2.sesc-sc.com.br/viagens/viagem/605/lages+-colheita-da-maca-em-sao-joaquim-sc.html>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

⁹⁵ Valéria – Funcionária Pública aposentada, 76 anos, casada, 2 filhos. Mora com o esposo e um neto. Ensino Médio. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Lages. Entrevista em 31/03/15.

turistas que imediatamente caminham em direção das macieiras e começam a colheita. Os pomares não estão carregados em virtude de colheitas anteriores. Os turistas colhem poucas maçãs de cada pomar, escolhendo os melhores frutos e aqueles mais fáceis de alcançar e partem rapidamente para outro pomar. Sinto-me como se estivesse em uma disputa para ver quem colhe as melhores maçãs e a maior quantidade. Em poucos minutos o grupo está espalhado em uma grande extensão de terra, de forma que só escuto aqueles os quais estou próxima. Ao retomar o caminho de terra que leva até os galpões onde será pesada e cobrada a maçã, algumas pessoas se encontram e exibem suas sacolas. Algumas senhoras de mais idade, carregam nos dois braços, com grande esforço, sacolas cheias do fruto. Algumas pessoas trouxeram de casa sacolas mais resistentes para levarem mais maçãs. A colheita dura cerca de 20 minutos, depois disso as pessoas já estão na fila para fazer a pesagem e o pagamento.⁹⁶

Apesar da forma acelerada como a atividade foi desenvolvida, e da visão dos pomares não ser tão “vermelha” e abundante como a imagem de divulgação da viagem prometia, as expectativas de Dona Valéria não parecem ter sido frustradas, ela diz que adorou *ver um belo pomar*, mas também tem lá seu lamento: *Eu queria que alguém tirasse uma foto de eu colhendo maçã, mas estava um alvoroço todo, para quem eu ia pedir?*⁹⁷

A despeito das imagens representarem sempre algo muito específico de cada viagem, com o qual nos relacionamos por um período de tempo extremamente pequeno (isso quando não acontece de nem serem visualizadas diretamente), concordamos com Urry (1996, p. 122-123) quando diz que mesmo diante de alguma paisagem ou cenário turístico, o turista aprecia mais a representação destes lugares devido às imagens com as quais teve contato, do que a própria realidade vivida, de modo que:

Aquilo que as pessoas “contemplam” são representações ideais da vista em questão e que

⁹⁶ DC4 - “Colheita da Maçã”.

⁹⁷ Valéria - Funcionária Pública aposentada, 76 anos, casada, 2 filhos. Mora com o esposo e um neto. Ensino Médio. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Lages. Entrevista em 31/03/15.

elas internalizam a partir dos cartões postais, dos guias de viagem e, cada vez mais, dos programas de televisão. Mesmo quando elas não conseguem ver de fato a maravilha natural em questão, ainda podem senti-la, vê-las em suas mentes. Mesmo quando o objeto deixa de corresponder a sua representação, é esta última que permanecerá na mente das pessoas, como aquilo que elas “viram” de verdade.

O fato de lembrarmos mais das imagens reproduzidas sobre um lugar do que o nosso contato visual direto com a realidade expõe um processo no qual a realidade parece cada vez mais com a imagem uma vez registrada (SONTAG, 1981). Em uma sociedade em que a imagem tem lugar central, o problema não estaria, portanto, no fato de ela ser considerada como realidade, mas que a imagem passou a ser a prova de que as coisas ou as pessoas são reais, é a imagem que confirma sua própria existência, como diz Sontag (1981), e por isso a necessidade latente do turista em fotografar-se na frente do monumento, da paisagem [...]. Como se ele precisasse da imagem para confirmar para si mesmo que esteve lá.

Sabe-se que com o advento da fotografia e a possibilidade de reprodução infinita das imagens o olhar humano se modificou⁹⁸. O fragmento de paisagem selecionado pela lente do fotógrafo implica a criação de expectativas e representações simbólicas prévias sobre os destinos turísticos, além de possibilitar a seleção e o enquadramento de parte da realidade, produzindo imagens idealizadas, muitas vezes assimiladas como a totalidade desta realidade.

Se no *Tour* o registro da imagem por meio da pintura já influenciava o gosto pelas paisagens e estimulava novos viajantes, com a proliferação de imagens fotográficas este gosto não é apenas reforçado, mas “democratizado” e a apreciação da paisagem natural e urbana pôde ser desenvolvida como objetivo em si da viagem. A multiplicação de imagens fotográficas de objetos turísticos determina e

⁹⁸ No que tange aos dispositivos que as câmeras fotográficas e os demais aparelhos de reprodução de imagens possuem, Benjamin explora tanto sua função de potencializar o olhar, com ampliações, miniaturizações e perspectivas de diferentes ângulos da imagem que não seriam “acessíveis ao olhar humano” (BENJAMIN, 2012b, p.182), quanto de atrofia, pois os aparelhos “orientam a recepção num sentido predeterminado” (BENJAMIN, 2012b, p.189), e o excesso de imagens “reduz o âmbito da imaginação” (BENJAMIN, 1994d, p.138).

direciona o olhar do turista, sendo, em grande medida, definidora das escolhas dos destinos, como mostrou o relato de Dona Valéria e como também ilustra a passagem descrita por De Botton (2003, p. 17) sobre sua decisão de realizar uma viagem a partir da visualização de um simples folheto:

Os responsáveis pelo folheto tinham tido a sinistra intuição de como transformar os leitores em presas fáceis por meio de fotografias cujo poder insultava a inteligência e desrespeitava toda e qualquer noção de livre-arbítrio: fotos superexpostas de palmeiras, céus azuis e praias brancas. Leitores que teriam sido capazes de ceticismo e prudência em outras áreas da vida, em contato com esses elementos revertiam a um otimismo e inocência primevos. Os anseios provocados pelo folheto eram um exemplo, ao mesmo tempo comovente e decepcionante, de como projetos (e até mesmo vidas inteiras) podem ser influenciados pelas imagens mais simples e incontestáveis da felicidade; de como uma viagem prolongada e dispendiosíssima poderia ser posta em andamento por nada mais que a visão da fotografia de uma palmeira a se inclinar levemente com uma brisa tropical. Decidi fazer uma viagem a Barbados.

Ao mesmo tempo em que descreve seu inconformismo com a própria irracionalidade, pelo fato de deixar-se levar por uma imagem cujo simbolismo sabe não corresponder necessariamente à realidade, De Botton sucumbe ao poder que as imagens exercem sobre nossas vontades. No entanto, a “sinistra intuição” da qual seriam dotados os responsáveis pelo folheto, pode ser mais bem compreendida pelos mecanismos segundo os quais agem os publicitários para elaboração dos seus produtos, como propõem Horkheimer e Adorno (2015) ao se referirem à produção dos bens culturais na sociedade capitalista.

Conforme os autores, tal processo de elaboração, próprio da indústria cultural, funciona por meio da “dominação inconsciente do homem”, determinando os ritmos, espaços e sentidos prévios que devem ser atribuídos aos produtos e prescrevendo medidas para que a reação do consumidor seja tomada automaticamente e sem esforço. Assim, as imagens de divulgação dos roteiros precisam menos corresponder à realidade do que conduzir a uma fácil associação com as sensações que se pretende vender como mercadoria, mesmo que provisórias ou

ilusórias. No caso investigado, as imagens das excursões “Magia de Natal em Blumenau” e “Natal Encantado em Curitiba” remetem a um momento de encantamento que o cenário de luzes e decoração de Natal poderiam proporcionar, assim como a imagem da “Colheita da Maçã” a uma idealização de natureza que seria tranquila e com práticas bucólicas.

Se por um lado as imagens prévias enrijecem nosso olhar, influenciando-nos a “enxergar” a realidade somente a partir do que idealizamos, por outro, elas poderiam nos ajudar a expandir o mesmo olhar, chamando nossa atenção para outros detalhes, ângulos, outras formas e cores e, assim, participando da formação de uma percepção visual sensível. É ilustrativo como as paisagens da região sul da França passaram a ser apreciadas a partir das obras de van Gogh, por exemplo. Conforme explica De Botton (2003), o olhar que o pintor holandês projetou em seus quadros contribuiu para que aspectos pouco valorizados da região citada passassem a ser reconhecidos e apreciados, como os ciprestes e a contradição das cores na paisagem que misturava o lilás dos campos de lavanda e o amarelo dos campos de trigo.

Assim como van Gogh, cada artista faz com que determinadas características da realidade ganhem proeminência, ajudando-nos a fazer descobertas e a enxergar o mundo de forma diferente (DE BOTTON, 2003). As imagens prévias de um lugar podem, portanto, tanto enrijecer como ampliar as possibilidades de olhar que temos em relação com ele. Portanto o problema não nos parece estar em vermos imagens dos lugares antecipadamente, mas de as imagens serem sempre as mesmas.

Além de o olhar do turista já estar em grande medida determinado pelo excesso e pela semelhança das imagens prévias, e das sensações que elas proporcionam, a situação investigada mostra que, durante a viagem, os estímulos para orientar a atenção do olhar não cessam, algo que se dá especialmente pela permanente orientação física e verbal dos guias, como aconteceu no passeio de trem em Curitiba:

Posicionada de frente para os turistas, dentro do vagão, a guia do trem avisa qual dos lados (direito ou esquerdo) estará o próximo elemento turístico sobre o qual ela irá comentar. Explica que faz este aviso antecipadamente para que haja tempo para os turistas se deslocarem para as janelas e conseguirem tirar fotografias. E assim segue, a guia avisa que passaremos por um determinado objeto turístico à esquerda e todos se levantam em busca de um espaço de visualização através das

janelas do lado esquerdo dos vagões. Antes de chegar à cidade de destino do passeio, Morretes, a guia fala sobre aspectos gerais da cidade e especialmente sobre a comida típica da região, o barreado, também diz que não podemos ir embora sem provar os sorvetes de banana e gengibre. Chegando à cidade, o guia do grupo levanta a pequena bandeira e caminha em direção ao restaurante, o grupo lhe segue, tendo como referência a bandeira. No trajeto o guia aponta com a bandeira um monumento da praça central e depois para uma das sorveterias indicadas pela guia do trem.⁹⁹

Não apenas os guias indicam e determinam o olhar, como os locais turísticos estão cada vez mais sinalizados de forma a conduzir as experiências visuais. De forma semelhante à maioria dos pontos turísticos, o Parque Mini Mundo em Gramado possui diversas placas indicativas e explicativas de suas atrações, que se constituem de réplicas em miniatura de prédios e construções variadas de todas as partes do mundo, bem como de personagens e cenas do cotidiano.

Mas, para além desta prática bastante comum, o Parque também distribui um pequeno jornal que contém um mapa geral do local, com indicações precisas de detalhes, objetos e cenários que normalmente passam despercebidos aos olhares rápidos e superficiais, mas que “não podem” deixar de ser vistos: são exemplos as reproduções de uma cena de resgate a um morador em um prédio em chamas e a de um acidente de carro¹⁰⁰. Estes detalhes, que são considerados atrações importantes do lugar, também são apontados por alguns funcionários que circulam pelo Parque e abordam os turistas como um último recurso contra a sua desatenção e, ao mesmo tempo, um recurso para a manutenção da sua distração.

Circulando no Parque Mini Mundo, sinto-me como em uma exposição de miniaturas, com casas, castelos, pessoas, cenários cotidianos, pontes, meios de transporte entre outras coisas construídas em escala 1:24. Embora as miniaturas exijam um olhar agudo e atento, as pessoas andam

⁹⁹ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

¹⁰⁰ O jornal *Notícias do Mini Mundo*, Ano 6, Edição 14, 2º semestre de 2014, pode ser encontrado na íntegra no site do Parque: <<http://www.minimundo.com.br>>.

de forma mais ou menos rápida, passando o olhar e detendo-o nas atrações que mais impressionam, como um castelo e um barco, que são as maiores miniaturas do local. A minha frente, um funcionário do Parque aborda alguns turistas e aponta para algumas réplicas de situações cotidianas reproduzidas em miniatura; ao visualizarem o que foi apontado, as pessoas sorriem e conversam sobre o tema. É provável que se não fosse este estímulo de direção do olhar, muitas coisas passariam despercebidas.¹⁰¹

Entendemos que estas estratégias pertencem a uma estrutura em que os olhares “Não podem ser deixados ao acaso. As pessoas têm de aprender como, quando e onde olhar” (URRY, 1996, p. 26). Isto se faz necessário como forma de prevenção de dois “perigos” contemporâneos, a frustração e a monotonia. A primeira se refere ao temor do não atendimento da *cartilha turística* e do desempenho exigido no “tempo livre”, aspecto que abordamos no Capítulo 1, e a segunda se refere à necessidade de os sentidos estarem constantemente distraídos para que o sujeito não se sinta entediado, algo combatido pelas atividades de lazer, como também discutimos no capítulo anterior e que retomaremos no próximo.

Aos procedimentos que visam à segurança e à disciplina do turista é acrescido um rígido direcionamento do corpo e seus sentidos, transformando a viagem turística na experiência do previsível, portanto, daquilo que já se sabe que se vai encontrar. As situações são antecipadas de forma a orientar para aonde se deve ir, o que se deve ver, fazer e comer, de forma a não haver sobressaltos. Como consequência imediata, têm-se os sentidos cada vez mais treinados e menos autônomos, especialmente no que se refere à visão.

O tempo que ficamos em cada ponto turístico também favorece/impõe que a visão seja o sentido predominante. Ao reproduzirmos o roteiro que foi realizado em um dia da excursão “Magia de Natal em Blumenau”, é evidente o pequeno período reservado a cada local visitado:

¹⁰¹ DC3 – “Gramado e Canela”.

Quadro 2 - Demonstrativo do roteiro realizado no dia 06 de dezembro de 2014 durante a excursão “Magia de Natal em Blumenau”

09h 10min. – 09h 50min. Deslocamento de Blumenau para Pomerode
 09h 50min. – 10h 30min. Visita ao pórtico de Pomerode, praça e lojas de artesanato.
 10h 30min. – 10h 40min. Deslocamento
 10h 40min. – 11h Visita Loja Porcelas Schmidt
 11h 10min. – 12h Deslocamento de Pomerode para o Hotel
 12h – 14h Almoço e Descanso
 14h 15min. – 15h11min. City Tour panorâmico Blumenau
 15h 11min. – 15h 29min. Visita a Praça Floriano Peixoto e Museu da Cerveja
 15h 30min. – 15h 49min. Fundação Cultural Blumenau e Mausoléu Dr. Blumenau
 16h – 16h 06min. Parada na Prefeitura de Blumenau para tirar fotografia
 16h 23min. – 18h 30min. – Retorno Hotel e Café da tarde
 18h 50min. – 22h 30min. – Feira Vila Germânica e Desfile de Natal

Fonte: Autoria própria.

Tendo em vista os poucos minutos disponíveis em cada local, não há como não recorrer à visão, o mais veloz entre todos os sentidos, capaz de abarcar mesmo as coisas distantes com extraordinária rapidez, como já apontavam os filósofos gregos (CHAUÍ, 1988). Apesar do pouco tempo em cada local, lembramos o fato já relatado, que muitos turistas retornam para o ônibus mesmo antes do horário combinado, encurtando ainda mais o período de permanência nos pontos turísticos. Para além de uma demonstração de disciplina, como já abordamos, este comportamento também pode significar que o turista já viu o suficiente para se “satisfazer”, ou que já viu o que “tinha que ser visto”. De outra forma, queremos dizer que o tempo do turista é o tempo da apreensão visual. O período que ele permanece em um local não pode ser demasiado curto a ponto de não conseguir passar os olhos sobre tudo, tampouco deve ser demasiado longo a ponto de seus olhos fiquem desamparados e, com isso, o turista incorrer no “grave erro” de “perder tempo”. Isso é bem expresso na fala de Edson, que ao ser questionado sobre o tempo disponibilizado nos lugares visitados, respondeu que: [...] *foi o tempo necessário, porque em diversos lugares a gente não tinha*

*muita coisa pra ver. Aí, se ficasse mais tempo ainda, não teria sentido.*¹⁰²

O turista dificilmente consegue se relacionar com o espaço a partir de outros sentidos, que lhe parecem demasiadamente demorados ou requerem maior esforço, como podemos perceber a partir da situação a seguir:

16h 30min. - Chegada ao Jardim Botânico. Todos os turistas descem do ônibus, já que este é o principal ponto turístico e cartão postal de Curitiba. A guia acompanha o grupo até a entrada do Jardim, apontando onde ficam as principais atrações do lugar e recomendando para que passássemos no Jardim das Sensações. Trata-se de um espaço delimitado por cerca viva onde estão dispostas plantas de diferentes formas, texturas e aromas. É oferecido aos visitantes a possibilidade de vender os olhos para entrarem em contato com as plantas por meio do tato e olfato. Algumas turistas dizem em voz alta que não há tempo para esta atividade, pois tem muita outra coisa para olhar, e as demais pessoas concordam. A guia insiste que há tempo, então, os poucos turistas que ainda não dispersaram percorrem rapidamente o trajeto delimitado pelo Jardim das Sensações, encurtando o caminho. Sem colocar as vendas, eles tocam poucas plantas e curvam-se para cheirar outras poucas.¹⁰³

Embora a dinâmica turística esteja predominantemente organizada em função da visão, mais ainda estão os turistas que não abrem mão do sentido que mais rápido consegue contatar o ambiente exterior. Mesmo quando há a possibilidade de conhecer por meio de outros sentidos, como mostra o caso do Jardim das Sensações com o olfato, ela é, de antemão, recusada pela preferência suprema pela visão.

Se as imagens prévias e as orientações dos guias e locais turísticos protegem o turista das frustrações e garantem que ele não perca (visualmente) algo predeterminado como importante, também dificultam o estabelecimento de relações mais autônomas com os

¹⁰² Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

¹⁰³ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

objetos. Ao preparar e conduzir os sentidos, a estrutura turística garante que nenhum esforço seja feito para que uma determinada experiência – aquela definida e eleita pelo mercado turístico – se realize. Isto significa que, em grande medida, uma única via de relação com o objeto é disponibilizada e estabelecida, significando, também, portanto que o turismo educa para experiências altamente enrijecidas e padronizadas, diferente de posturas/ações que pudessem favorecer a diversidade de modos de ver, agir, sentir e interpretar o mundo. Além disso, o predomínio da experiência visual é baseado na sensação que este sentido proporciona, sendo que quando esta acaba a relação com o objeto também acaba.

Como desenvolveremos posteriormente, a sensação corresponde às manifestações de ordem corporal e atende à satisfação de necessidades imediatas, tal como experimentam os turistas em relação aos objetos que atraem seu olhar, que chamam sua atenção, sem que nada deles precisem saber. Costa (2005) esclarece que as experiências baseadas na sensação dependem da presença física dos objetos como estímulos para manutenção da satisfação promovida por eles, por isso, quando cessa a visualização do objeto turístico, também cessa a possibilidade de com ele se relacionar. Esta só pode ser recuperada com a retomada da visualização ou com a sua substituição por outro objeto do olhar.

Se, por um lado, o modelo turístico contribui para a supervalorização e o enrijecimento do sentido da visão, por outro, a situação investigada mostra que ele também atende à demanda de visualização existente, ou de uma demanda exclusiva de visualização. Em parte isto pode ser observado na postura dos turistas frente aos museus. Nestes espaços observamos que só as imagens podem ser “lidas”. Externamente, as fachadas e os nomes dos locais são valorizados, dignos de registro fotográfico. No espaço interno são as figuras ou os objetos mais volumosos que recebem a atenção e a retenção do olhar por alguns segundos, isto quando o olhar panorâmico sobre os espaços não é suficiente.

A seguir, a descrição da visita ao Parque Tinguá, durante *city tour* em Curitiba:

Neste Parque há uma construção ao estilo de um museu com objetos e informações da cultura ucraniana. As pessoas tiram fotos da fachada antes de entrar. Ainda do lado de fora, um senhor tira foto ao lado de um monumento de pedra no formato de cruz. Na entrada do Museu há diversos

painéis com informações e explicações históricas sobre a imigração ucraniana. Em um dos painéis identifico a imagem do monumento em cruz que há do lado de fora do Museu e leio que se trata de um símbolo referente ao *Holomodor*, genocídio de ucranianos por fome provocado pelo comunismo soviético. Alguns turistas passam os olhos nestes painéis, mas não para ler, caminham rapidamente pelo interior do museu, detendo o olhar por segundos nos objetos mais coloridos e comentando sobre o trabalho delicado das Pessankas (ovos pintados à mão).¹⁰⁴

Embora não se possa afirmar, é possível que o turista que fez o registro fotográfico com o monumento em forma de cruz não saiba o que ele significa, pois, pelo que pudemos observar, ele nada leu nos painéis que estavam no local, tampouco os demais turistas. Inicialmente, a situação demonstra como a subjetividade já está suficientemente (de)formada para que a visão seja a primeira ou única forma dos sujeitos se relacionarem com o mundo. Ao mesmo tempo, tudo o que poderia ser apreendido a partir dos objetos com os quais nos deparamos na viagem é reduzido àquilo que a visão proporciona. Para o turista, ver o Parque Tinguá, olhar o Museu e tirar fotografia com a escultura, significa conhecer estes elementos, independentemente de saber o que significam. É a partir do que viu, ou do que seus olhos são forçados a captar, que o turista define os “conhecimentos” que fez na viagem.¹⁰⁵

De modo geral, podemos dizer que na experiência contemporânea do turismo conhecer um lugar é olhar este lugar, mesmo que apenas externamente, como na situação acima descrita, ou a partir da visão panorâmica proporcionada de dentro do ônibus. São frequentes os *city tours* chamados de panorâmicos, que consistem na circulação do ônibus de excursão entre pontos turísticos sinalizados pelos guias e em rápidas paradas, com objetivo de se fazer algum registro fotográfico. Uma destas situações aconteceu durante *city tour* panorâmico em Blumenau, quando:

[...] passamos em frente à antiga construção alemã que abriga a Prefeitura, o guia pede para o motorista do ônibus parar bem em frente à construção e lembra que a parada será rápida, só

¹⁰⁴ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

¹⁰⁵ A relação entre ver e conhecer é especificamente desenvolvida no Capítulo 4.

para tirar fotos e reforça “agora todo mundo ninja, hein?!”, referindo-se à agilidade que os turistas devem ter para descer do ônibus, fotografar e voltar aos seus assentos. Nesta ocasião poucas pessoas desembarcam e tiram fotos, a maioria permanece no ônibus e algumas dizem que não é preciso descer, pois já dá para ver a Prefeitura “dali mesmo”.¹⁰⁶

Para além dos *city tours* panorâmicos, em que ainda há um esforço para manter a velocidade do meio de transporte mais lenta e o olhar mais atento, a experiência visual de dentro do ônibus torna a paisagem quase inapreensível, como na situação em que, no traslado entre Blumenau e Pomerode, “A senhora da poltrona ao lado aponta e comenta comigo sobre algumas casas com detalhes da arquitetura germânica. Cada vez que ela aponta, procuro visualizá-las, embora quase nunca seja possível devido à velocidade do ônibus”.¹⁰⁷ Em outro momento, no trajeto de retorno de Curitiba para Florianópolis,

Alguns turistas que estão sentados próximos no interior do ônibus levantam-se e iniciam uma conversa, um dos assuntos é a árvore símbolo de Florianópolis, o Guarapuvu, quando comento que não saberia reconhecê-la. A partir de então, os turistas que estão na conversa passam a procurar a árvore através da janela para me mostrar, quando a encontram apontam-na animados, mas dificilmente consigo mover-me na direção indicada com a rapidez necessária para visualizá-la.¹⁰⁸

Além de ser a situação exemplar de que, no turismo, o conhecimento depende e muitas vezes se limita à apreensão visual, o *city tour* panorâmico também é a experiência máxima da percepção temporal medida pela visão, ou seja, de um tempo determinado pelo intervalo entre um piscar de olhos e outro em que sempre um novo objeto de olhar se apresenta. A forma como o turista reage nesta situação, muito se assemelha àquela do passante em meio à multidão das grandes cidades e ao espectador de cinema, a ambos impõe-se a percepção na forma de *choques* (BENJAMIN, 1994d). Ao homem da multidão “mover-se através do tráfego implicava em uma série de

¹⁰⁶ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

¹⁰⁷ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

¹⁰⁸ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

choques e colisões [...]. Nos cruzamentos perigosos, inervações fazem-no estremecer em rápidas sequências, como descargas de uma bateria”; ao espectador de cinema, implica a recepção distraída da sequência de imagens¹⁰⁹ (BENJAMIN, 1994d, p.124); ao turista sobrevém o entorpecimento pela sucessão ininterrupta de objetos a serem vistos, o que é revelado, em certa medida, pela fala de Arthur, quando descreve deslumbrado o passeio pela cidade de Gramado: *Tudo que a gente via enchia os olhos, tudo era coisa bonita, era mais um prédio, mais um apartamento, mais um hotel. Passava por um e já vinha outro, tu nem sabia mais o que fazer.*¹¹⁰

Os estímulos recebidos nestas situações exigem-nos uma atenção aguda e um consciente desperto a fim de amortecer e resistir aos sobressaltos constantes. A partir das teorias de Freud e de Valéry, Benjamin (1994d, p.110) explica que “a recepção do choque é atenuada por meio de um treinamento no controle dos estímulos”, o que se efetua ao nível do consciente desperto.

O fato de o choque ser assim amortecido e aparado pelo consciente emprestaria ao evento que o provoca o caráter de experiência vivida em sentido estrito. E, incorporando imediatamente este evento ao acervo das lembranças conscientes, o tornaria estéril para a experiência poética. (BENJAMIN, 1994d, p.110).

Assim sendo, são poucas as chances das *vivências de choque*¹¹¹ se integrarem à vida e à memória do sujeito, e embora o treinamento que

¹⁰⁹ O universo ótico do cinema também possui um dominante tátil, como explicada Benjamin (2012b), pois a alternância de imagem se baseia na mudança de ângulos e posições, impactando na nossa percepção espacial.

¹¹⁰ Arthur - 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

¹¹¹ A vivência (*Erlebnis*), ou experiência vivida é aqui colocada como um tipo de percepção qualitativamente diferente da experiência (*Erfahrung*) em função da participação da consciência. Se a primeira consiste nos eventos que nos exigem atenção desperta para produção de respostas imediatas, a segunda compreende aquilo que é *experienciado* e acumulado de forma lenta e prolongada, requerendo, no lugar da intervenção da consciência, um estado de distensão psíquica. “Quanto maior é a participação do choque em cada uma das impressões, tanto mais constante deve ser a presença do consciente no interesse em proteger contra estímulos; quanto maior for o êxito com que ele operar, tanto menos essas impressões serão incorporadas à

o corpo e os sentidos se submetem seja importante como forma de proteção contra os choques, o fato de as condições sociais contemporâneas serem caracterizadas pelo seu excesso, submete quase a totalidade dos nossos gestos, sensações e sentidos a respostas automáticas e uniformes. Acostumado à percepção dispersa e descontínua, o sujeito necessita da renovação constante dos estímulos, inclusive por meio do entretenimento, como garantia para distrair o vazio em que se encontraria sem eles. A menos que se possa extrair poesia do choque, resistindo a ele como fez Charles-Pierre Baudelaire¹¹² (BENJAMIN, 1994d), o sistema sensorial condicionado – adaptado inicialmente ao ritmo das máquinas da produção industrial e, atualmente, à velocidade das imagens e informações veiculadas pelos meios de comunicação e da internet – resulta no enfraquecimento das nossas forças espirituais, particularmente as mnemônicas e miméticas, e a ampliação de uma existência isenta de conteúdo, mas cheia de distração. Que isto esteja presente, de modo geral, de forma equivalente tanto no trabalho como no lazer, é paradoxal, como afirma Benjamin (1994d, p. 127) ao cotejar a vivência do choque sentida pelo operário “menos qualificado” e o jogador ocioso:

Mas o que de modo algum lhe falta [ao jogador] é a inutilidade, o vazio, o não poder concluir, inerentes a atividade do trabalhador assalariado na fábrica. Seu gesto, acionado pelo processo de trabalho automatizado, aparece também no jogo, que não dispensa o movimento rápido da mão fazendo a aposta ou recebendo a carta. O arranque está para a máquina, como o lance para o jogo de azar. Cada operação com a máquina não tem qualquer relação com a precedente, exatamente porque constitui a sua repetição rigorosa. Estando cada operação com a máquina isolada de seu

experiência, e tanto mais corresponderão ao conceito de vivência” (BENJAMIN, 1994d, p. 111).

¹¹² Na interpretação de Benjamin, Baudelaire conseguiu fundamentar seu trabalho poético na vivência de choque, para isso fez do sobressalto matéria para suas criações, e como num duelo, à imagem de um esgrimista, conseguiu deste resistir e se emancipar. Isso fica mais claro quando, ao analisar o soneto *A Uma Passante*, citado anteriormente, Benjamin escreve que nele se “apresenta a imagem de um choque, quase mesmo a de uma catástrofe. Porém, capturando o sujeito, ela atingiu também o âmago do seu sentimento.” (BENJAMIN, 1994d, p. 118).

precedente imediato, a jornada do operário assalariado representa, a seu modo, um correspondente à fêria do jogador. Ambas ocupações estão igualmente isentas de conteúdo.

Além da recepção visual, ao mesmo tempo atenta e dispersa, exigida pela mudança de imagem durante o *city tour* panorâmico, a vivência de choque é sentida pelo turista quando direciona automaticamente o corpo e a atenção ao que o guia aponta e fala, por meio de um mecanismo reflexo, assim como também o faz em função das setas das placas indicativas dos parques temáticos. Os excessos de segurança, a orientação, informação e necessidade de apreensão visual quase que instantânea dos objetos turísticos são intensificadores de uma dinâmica social permeada por uma profusão de estímulos “dos quais a consciência se deve esquivar” (BUCK-MORSS, 1996, p. 22).

Atualizando aquilo que Benjamin já sinalizava no início do século XX, sobre a torrente de estímulo e excitação que o homem moderno estaria submetido, Christoph TÜRCKE (2010) argumenta que a situação se radicaliza na contemporaneidade em virtude, especialmente, do espaço tomado pelos meios de comunicação, dos audiovisuais e da conversão de todo acontecimento em espetáculo. Embora sua análise esteja centrada no efeito do choque imagético e na modificação da percepção visual, o autor observa que, neste contexto, todo aparato sensorial tende a tornar-se ultrassaturado e anestesiado, levando à diminuição de nossas capacidades de reflexão e de compreensão. Neste estado social de constante excitação, nossa percepção estaria cada vez mais subordinada aos estímulos que provocam sensações, ao ponto que a busca por aquilo que fascina e encanta teria se tornado uma espécie de vício na dinâmica social contemporânea (TÜRCKE, 2010).

Para esclarecer essa dinâmica da percepção do sensacional, é interessante observar o percurso do conceito de sensação traçado por TÜRCKE e, para isso, abrimos um breve parêntesis no fluxo do texto. Segundo o autor, originalmente, a sensação teria o significado que hoje atribuímos à “percepção”, ou seja, constituía uma única unidade do processo de conhecimento, seria a interação entre algo objetivo que nossos órgãos dos sentidos são capazes de captar e interpretar e algo subjetivo, que permite dotá-los de sentido, de fazer deles uma presença “viva”, sendo que “apenas na medida em que a percepção é capaz de fixar-se em algo, juntar-se a algo, é que ela pode tornar-se uma unidade concreta de experiência, pode dar coesão ao organismo sensível, uma identidade [...]” (TÜRCKE, 2010, p. 66).

Nesse viés, a sensação (como percepção) seria algo provocado pelo espanto, no sentido daquilo que nos tira do estado de repouso de uma consciência embotada e por isso nos incita, nos inquieta, nos entusiasma. Porém, a partir do surgimento daquilo que o autor chama de “fenômenos da sensação” – feiras, exposição, museus, imprensa, frutos do desenvolvimento do comércio e da circulação de mercadorias nas áreas urbanas – inicia-se um processo de transformação da percepção humana e a sensação passa a significar “aquilo que magneticamente atrai a percepção, o espetacular” (TÜRCKE, 2010, p. 9). Com efeito, passamos a apreciar as coisas pela sua capacidade de chamar a atenção como curiosidade, pelo seu caráter sensacional, e não mais pela compreensão do seu significado ou do seu valor como raridade.

O turismo é em si um fenômeno das sensações, inicialmente porque se destina a apresentar objetos que chamam a atenção, principalmente do olhar, além de manter um ritmo incessante de produção de novos destinos ou novas atrações em roteiros conhecidos, com a promessa do contato com objetos e experiências “raras”, “únicas” e “excitantes”. No interior da sua dinâmica tudo parece adquirir a lógica do sensacional; os objetos e elementos da história, cultura e natureza perdem seu valor em si para transformarem-se em espetáculo, ou seja, provocarem sensações. Mas, para que chamem a atenção, precisam ser de fácil assimilação e sobressaírem-se visualmente. De preferência, que sejam percebidos por um único lance do olhar ou que sejam “autoexplicativos”, como as imagens (figuras, fotografias, esculturas) dos museus, e o monumento de pedra em formato de cruz fotografado pelos turistas unicamente pela sensação visual que provocou.

Como repercussão de um aparato sensorial transformado pelos choques, Türccke (2010) argumenta que os sentidos assumem a estrutura de um organismo, negando a capacidade perceptiva do sujeito:

[...] quando o raro começa a ser visto como sensacional, por ser raro, e não por ser regido por leis insondáveis, então a percepção e a atenção adquirem a disposição que tem a estrutura de um apetite que reforça a si mesmo. Proponentes da teoria dos sistemas fariam em realimentação. Justamente porque o novo e o raro se esgotam rapidamente, cresce o apetite para novas raridades e novidades. As raridades tornam-se para o intelecto aquilo que a alimentação é para o estômago; precisa-se delas para ‘recompor-se’. (TÜRCKE, 2010, p. 92).

Conforme interpretamos, essa condição social representa a passagem de uma experiência marcada por aquilo que somos capazes de registrar, pois nos toca, espanta e provoca (como sujeitos) para aquilo a que apenas respondemos (como organismo). Isso não é privilégio do turismo, nem mesmo da esfera laboral em que nossos sentidos estão, em grande medida, demasiados ocupados e treinados em nome de uma produtividade múltipla e refinada, mas penetra também em todo período dedicado ao lazer, como bem mostra o exemplo do “homem tomando banho de sol”, de Günther Anders, já em 1956. Este homem:

[...] bronzeia suas costas, enquanto seus olhos passeiam por uma revista ilustrada, seus ouvidos participam de uma partida esportiva, suas mandíbulas mascam uma goma. Se fosse perguntado a esse homem tomando banho de sol, no que consistia sua atividade “real”, [...] é claro que ele não poderia responder, pois a pergunta por algo de real já se baseia em uma falsa pressuposição, a saber, que ele seria o sujeito das atividades e do deter-se em algo. Se aqui ainda se pode falar em “sujeito” ou “sujeitos”, os termos têm que se referir aos seus órgãos: os olhos que estão com as fotografias da revista, os ouvidos que estão com a partida esportiva, as mandíbulas que estão com a goma (ANDERS, 1956¹¹³ apud TÜRCKE, 2010, p. 43).

A análise mostra que o que resta do “sujeito” são, praticamente, seus órgãos. Não seria preciso tantas atividades, como no exemplo, pois não é a simultaneidade das mesmas que faz o sujeito “desaparecer” ou ter de se dividir. Mesmo que estivesse em uma só atividade, o indivíduo provavelmente não conseguiria concentrar-se verdadeiramente nela, pois seu conteúdo já vem impregnado com a função única de ocupar, preencher o tempo [...]. Tomado por uma inquietação motora, qualquer conteúdo ofertado lhe serve, acostumado a estar ocupado (com seus sentidos entorpecidos) o indivíduo procura o mesmo em seu lazer. Não espanta, portanto, o fato de qualquer objeto construído como turístico ser prontamente aceito pelos turistas. Ávidos por sensações, ou capazes de perceber apenas o que lhes causa sensação, movem-se à procura de qualquer coisa que consiga lhes chamar a atenção, mesmo que por um instante.

¹¹³ ANDERS, G. *Die Antiquiertheit des Menschen*. Munique: [s.n.], 1956. V. I.

Sob os moldes turísticos, a tarefa de “conhecer” um lugar por meio da visão não se dá somente a “olho nu” ou da janela do ônibus. Como já amplamente mencionado, para além de olhar a paisagem ou objeto, visualizá-lo e capturá-lo através das lentes da máquina fotográfica também é importante para o turista. Durante a entrevista em sua casa, o Senhor Vilson aponta e conta empolgado que *aquele computador está cheio* [de fotografias]. *Agora já vai direto ao computador, nem revelamos mais. Eu estive uma vez na Bolívia e comprei uma máquina profissional. Mas é legal, às vezes a gente vai ali* [no computador] *e revê aquilo que a gente já passou.*¹¹⁴ Suzana também ressalta o seu gosto pelas fotos e o armazenamento no computador, explicando que *da cidade de Torres eu tirei umas duzentas fotos. No computador eu tenho pastas separadas com cada local e data em que eu viajei.*¹¹⁵

Como revelam as falas, nas viagens acompanhadas, a prática do registro fotográfico foi recorrente. A produção e o consumo ilimitado das imagens fotográficas de modo que “hoje tudo existe para virar fotografia” revelaria, segundo Sontag (1981, p. 169) tanto um nivelamento dos significados dos acontecimentos como nosso afastamento das atividades públicas, pois, “à medida que nos tornamos cada vez mais desligados da política, tanto mais desimpedido será o espaço que poderemos preencher com os exercícios de sensibilidade que se podem realizar com uma câmera.”

Se, de fato, a nossa predisposição para fotografar tudo à nossa volta revela nosso desinteresse pela esfera política, podemos dizer que, atualmente, chegamos ao extremo, tendo em vista a facilidade da fotografia digital, a possibilidade quase infinita de armazenamento, a troca instantânea de imagens pelos *smartphones* e redes sociais. Neste universo, nem os critérios estéticos e de significância pessoal podem ser identificados como parâmetro, trata-se de fotografar tudo e qualquer coisa, seguindo a lógica do consumo, como mostra Sontag (1981): fotografar, consumir – usar/olhar, descartar – e (re)fotografar.

¹¹⁴ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹¹⁵ Suzana - Trabalha de secretária, é bibliotecária aposentada, 51 anos, solteira, sem filhos. Mora sozinha. Ensino Superior. Natural de Carazinho e residente em Florianópolis há 33 anos. Viajou com a irmã para Gramado. Entrevista em 26/03/15

Como a maioria dos turistas era idosa, o meio tecnológico para fotografar ainda era a máquina digital, geralmente mantida guardada na bolsa e acionada de tempos em tempos, diferente do que podemos identificar entre os mais jovens, cujos dispositivos de registros confundem-se com suas próprias mãos. Acreditamos que o fato de tirar e colocar a máquina na bolsa, ainda permite uma diferença qualitativa em relação ao uso dos *smartphones*: que o registro fosse feito, pelo menos, após um instante de visualização a “olho nu”. Embora possamos supor que há uma tendência para que a primeira visão sobre um lugar ou objeto, e muitas vezes a única, seja realizada pelas lentes da máquina, particularmente no grupo de turistas investigados, o olhar inicial ainda não foi totalmente substituído.

Entre os turistas investigados havia a preocupação em fotografar os lugares, as denominações dos lugares e, eventualmente, de se colocarem em frente à paisagem para serem fotografados. Também conferiam se a imagem havia ficado “boa” e, se necessário, repetiam o clique. Porém, não observamos a postagem imediata nas redes sociais, a realização de filmagens ou o acionamento de inúmeras fotos pessoais em ângulos diferentes, para que depois fosse feita a escolha. Em contraste com esta prática dos turistas mais velhos, Edson relata: *Sempre tiro muitas fotos e de diversas maneiras possíveis [...] Até minha memória do celular acabou, eu tive que excluir algumas para tirar outras durante a viagem.*¹¹⁶

Se o tempo do turista é o tempo da apreensão visual, também é, em certa medida, o tempo do registro fotográfico. Neste sentido é interessante a observação a seguir:

Acompanho uma senhora pelo Bosque Papa João Paulo II, os passos são rápidos. Em seguida ela me pergunta se quero ir até o Museu Oscar Niemeyer. Olhamos no relógio e vemos que só temos mais 5 minutos, mesmo assim, corremos até lá. Olhamos a arquitetura do Museu por fora e caminhamos pelo hall de entrada, onde há algumas esculturas. Ela me pergunta qual é o nome daquilo e procura alguma identificação do Museu para tirar uma fotografia, senão esqueceria onde esteve e não saberia contar sobre as imagens registradas. Bato a foto dela ao lado da placa

¹¹⁶ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

indicando o nome do Museu e seguimos apressadas para o ônibus.¹¹⁷

Estas e outras situações presenciadas no campo de investigação revelam que, independente da idade do turista, o lugar visitado é “conhecido” e “explorado” enquanto há algo novo para ser visto ou registrado, após isto, encerra-se a tarefa do turista e ele já pode dirigir-se para a próxima atração, na qual repetirá o mesmo ritual. De forma análoga ao que mostra Sontag (1981) sobre diversas ocasiões que já não podem ser pensadas sem a fotografia, como o casamento e alguns momentos da vida familiar, o turismo também incorporou o ato de fotografar como um ritual, de modo que não pode ser imaginado sem o conjunto de gestos definidos pela pose, a correção da pose, o enquadramento na paisagem e os cliques. Fotografar é tão pertencente ao fazer turístico quanto a alimentação e o sono são para nossas forças vitais. No entanto os papéis que o ritual exerce são diferentes de acordo com as situações, no caso do turismo a fotografia ajudaria a “dominar um espaço no qual nos sentimos inseguros” (SONTAG, 1981, p. 9), no sentido de proporcionar uma sensação reconfortante num momento de desorientação ou ansiedade; na dúvida em como agir, tira-se uma foto, ou, diríamos, na impossibilidade de outra relação com o objeto, a experiência com ele é fixada em imagem.

Assim, ao mesmo tempo em que dá materialidade à experiência, sendo a prova que o viajante esteve no local, cumpriu o programa e se divertiu, como explica a autora, a fotografia também a nega, quando reduz aquela ao clique fotográfico. Não é por acaso que se torna cada vez mais difícil contar ou ouvir um relato de viagem sem que este não seja conduzido ou substituído pela sequência de imagens fotográficas. Muitas vezes não se tem mais o que contar além do que a imagem pode mostrar, quando ela é a única experiência que se fez de um lugar ou de um acontecimento.

Com isso a crença indígena de que a fotografia poderia capturar a nossa alma¹¹⁸ parece ter se concretizado, pois, no atual contexto de

¹¹⁷ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

¹¹⁸ Esta crença é atribuída às tribos indígenas retratadas pelo fotógrafo, etnógrafo e também artista plástico italiano Guido Boggiani, na década de 1890. Segundo Carlos Moura (2012, p. 73), os integrantes das tribos “começaram a pensar que os males e enfermidades de que padeciam se devia à atividade daquele novo ‘bruxo’ e a seu estranho aparato demoníaco, com o qual lhes roubava a alma, algo encarado como irremediável tragédia, ameaça à saúde e à vida”.

produção e consumo ilimitado de imagens, o excesso delas que registramos e que nos cercam captura algo em nós, talvez nossa sensibilidade, subjetividade ou, pelo menos, capacidade para distingui-las da realidade.

Como substituta da experiência, a fotografia passa a ter o papel de armazenar informações, por isso a preocupação em registrar o local que indica o nome do Museu Oscar Niemeyer, como foi descrito na citação anterior. Da mesma forma fazem a maioria dos turistas, quando fotografam placas com detalhes das construções, nomes dos monumentos, fachadas com nomes dos lugares visitados [...]. Deste modo, os registros fotográficos de uma viagem tornam-se um sistema de informação para o próprio turista (SONTAG, 1981), eles fornecem os dados (lugares, pessoas, monumentos, datas, clima, relevo, condição geográfica), por meio dos quais a viagem será contada ou exibida. O conteúdo da viagem é determinado pelos dados armazenados na imagem que só diferem daqueles amplamente conhecidos e fornecidos pela agência de viagem por adicionarem a figura do próprio viajante no registro fotográfico.

Apesar da ideia de conhecer um lugar estar associada a olhar este lugar, a visualização e o registro dificilmente se constituem para além de informação, assim como os dados e curiosidades apresentadas pelo guia. A informação é a forma de saber predominante das sociedades a partir da modernidade e, conforme veremos no Capítulo 4, a partir da leitura de Benjamin (1994d; 2012e), ela se caracteriza por interpretações prontas e definitivas da realidade em detrimento às atribuições de sentidos e compreensões próprias dos sujeitos.

Num contexto em que todo universo perceptivo (que envolve expectativas, temporalidade e conhecimento) depende da apreensão visual, as lembranças não poderiam estar atreladas a outra coisa senão às imagens registradas. Como diz Vilson, *O bom de tirar fotos é ter a lembrança do lugar. E, por exemplo, o Chile é uma viagem longa, e a gente pensa, quando estaremos aqui de novo? Então, sempre aproveitamos para tirar fotos.*¹¹⁹ A fotografia é ao mesmo tempo a tentativa de posse dos objetos e das paisagens, como a tentativa de posse da própria lembrança.

Segundo Agamben (2007), a posse, ou a propriedade, é peculiar aos objetos de consumo, aqueles com os quais não conseguimos

¹¹⁹ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

necessariamente fazer uso. Se para lembrar os lugares visitados é preciso ter a fotografia ou, se dependemos da sua posse para lembrar, então a própria lembrança se torna objeto de consumo que representa o ato de destruição do objeto (AGAMBEN, 2007). Na incapacidade de uma relação direta com o objeto devido a nossas limitações perceptivas (por exemplo, contemplar com atenção uma paisagem, uma construção, ou uma manifestação cultural) nos resta levar o objeto turístico para casa na forma de *souvenir* ou fotografia, em uma tentativa de possuí-lo, mesmo à distância. Neste sentido, concordamos com De Botton (2003), quando diz que a fotografia parece ser uma boa desculpa para deixarmos de perceber as paisagens ou nos entregarmos para os momentos do tempo presente, já que acreditamos que a qualquer instante poderemos acessá-los a partir da imagem registrada ou do *souvenir*. Na contramão desta necessidade de posse do objeto por meio da fotografia, durante entrevista Camila questiona e resiste a esta prática:

As fotografias [...]. Meu pai é fotógrafo, meu irmão é fotógrafo e minha irmã adora fotografar. Então também fui condicionada, mas nunca gostei. Fiquei pensando, guardar foto para que? Para acumular mais? Para que se eu estou em processo de desapego? E para que tu prenderes aquele espaço de tempo ali? Para que? Por quê? Aí a máquina fotográfica vai e volta na bolsa.¹²⁰

Nosso propósito não é deturpar o ato de fotografar ou a imagem fotográfica, que a princípio poderiam despertar nossa consciência (SONTAG, 1981), e ser mais uma forma de “ver o mundo”, mas é preciso destacar que seu uso acabou sendo o substituto soberano de todas as formas de ver, como assinala John Ruskin¹²¹ (DE BOTTON, 2003). O autor aponta que outras técnicas poderiam nos ajudar a

¹²⁰ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

¹²¹ John Ruskin foi um escritor, desenhista e crítico de arte inglês do século XIX. Segundo De Botton (2003, p.231) parte importante da sua obra girou “em torno da questão de como podemos nos apropriar da beleza dos lugares”, elegendo o desenho como uma das principais ferramentas. Para isso publicou dois livros, *Os elementos do desenho*, em 1857, e *Os elementos da perspectiva*, em 1859, com o objetivo de ensinar as pessoas a desenharem, não com o objetivo formar artistas, ou “transformar um carpinteiro em pintor, mas torná-lo mais feliz como carpinteiro”, como disse.

perceber um lugar ou objeto, como a descrição ou o desenho, independente das nossas habilidades. Diferentemente da fotografia, estas técnicas exigem maior esforço do nosso olhar para assimilar cores e formas, distinguir elementos e observar detalhes sobre aquilo a que nossos olhos se direcionam. A beleza de uma paisagem, por exemplo, só poderia ser apreendida por meio destes exercícios de atenção ou, como propôs Ruskin, segundo De Botton (2003, p.232): “pelo *entendimento*, por nossa conscientização dos fatores (psicológicos e visuais) que são responsáveis por ela”.

Ao seguir o conselho de Ruskin, De Botton (2003, p. 239) faz um desenho da paisagem que consegue ver através da janela de um quarto de hotel e ao se deparar com o resultado constata: “Desenhar revela brutalmente nossa própria cegueira diante da verdadeira aparência das coisas”. O autor acrescenta que o desenho proporcionaria uma percepção mais consciente sobre os motivos dos nossos gostos; distinguir o que nos agrada mais na apreciação de uma obra arquitetônica do que outra, por exemplo, dependeria da capacidade de julgamento do belo e do feio a partir de elementos como a intensidade da luz, a posição da obra e seu entorno, as cores, entre outros detalhes que o desenho ajudaria a perceber. Para além de citar lugares e cenários e comprová-los com a fotografia, o que esses autores propõem é que o desenvolvimento de uma maior atenção ou de uma atenção consciente às paisagens permitiria com que pudéssemos mais bem conhecê-las. O desejo de posse, que hoje tentamos satisfazer pela fotografia, só poderia ser satisfeito por este *entendimento*, como conclui De Botton (2003), a partir de Ruskin. Talvez o desenho e a descrição no papel não sejam necessários, mas se disponibilizássemos algum tempo para apreciação ou para a descrição mental dos objetos turísticos já conseguiríamos melhor apreendê-los.

2.2 TOCAR, SABOREAR, OUVIR, CHEIRAR... CONSUMIR

Apesar da predominância do sentido do olhar na experiência turística, o próprio tema da fotografia, mostra que, para algumas pessoas, ainda persiste a necessidade do contato tátil. Dona Márcia relata: *Foto eu também gosto. Se eu pudesse eu faria um curso de fotografia. E não me contento em olhar no computador, tenho que*

imprimir.¹²² Tanto não consegue ter uma relação unicamente visual com a fotografia no computador, que ao contar sobre outras experiências de viagens, Dona Márcia saiu em busca de uma caixinha na qual guardava algumas fotografias impressas e me mostrou com atenção especial uma imagem que aparece com um grupo de dança com o qual viajou para a Argentina. O contato visual e também tátil com uma única imagem foi suficiente para que pudesse narrar um acontecimento importante de sua vida.

Porém, de modo geral, o acompanhamento das excursões mostrou que o aumento da importância e dos estímulos da visão tem sido inversamente proporcional ao do tato, e agora nos referimos especificamente ao contato da pele com o mundo exterior. A grande maioria das atividades turísticas, ao mesmo tempo em que privilegia a postura de espectador (desfiles natalinos, apresentações artísticas, enfeites, construções, *city tour* panorâmico...), também produz barreiras para evitar as relações sensoriais com a pele (são exemplos as peças de museus em caixas de vidros, as fitas de contenção à frente de objetos, obras e demonstrações).

Uma situação clara dessa desproporção entre os sentidos foram os longos períodos passados dentro dos ônibus. Ao contabilizarmos o tempo das viagens notamos que 37% da duração total da excursão à Blumenau e 54% da excursão à Curitiba (excluída 8 horas de sono) se passaram dentro do ônibus, ou do trem no caso específico de Curitiba¹²³. Ao mesmo tempo em que a situação limita o movimento do corpo e as impressões táteis, determina a visão como único sentido a estabelecer algum contato com a paisagem, e ainda através da janela do ônibus.

A limitação da sensibilidade tátil e da movimentação provocada por grandes períodos de tempos nos meios de transporte também foi sentida por Baudelaire no início do século XX, embora em situação de

¹²² Márcia - Auxiliar administrativo/empresária aposentada, 77 anos, separada, 3 filhos, 1 mora com ela. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 9 anos. Viajou com a amiga para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

¹²³ No passeio de Blumenau, saímos numa sexta-feira ao final da tarde, foram 3hs e 20min até o destino. Ao longo do sábado, foram mais 4h20min. dentro do ônibus, fazendo *city tour* em Pomerode e Blumenau. No domingo, saímos depois do meio dia e em 2h30min estávamos de volta à Florianópolis. No passeio de Curitiba a saída foi no sábado de manhã, foram 5h até o destino, onde chegamos à tarde, mais 2h 30min. fazendo o *city tour* na cidade. No domingo, foram 4h no passeio de trem e outras 5h de retorno para Florianópolis.

proporções distintas das excursões estudadas. Durante uma viagem de navio entre a França e a Índia, o marasmo e a sensação de apatia haviam sido tão penosos para o poeta, que o fizeram desistir de continuar a jornada e questionar-se “Como as pessoas se conformam a esta letargia sem reagir?” (DE BOTTON, 2003, p. 42).

A esse estado de letargia que reconhecemos também no tempo que passamos no ônibus, não está associado apenas a falta de estímulos táteis ou uma espécie de apatia corporal, mas também uma condição de profunda e prolongada inconsciência que, em certa medida, se assemelha com o que Adorno (2015) identificou em outra atividade de lazer: os já citados banhos de sol com objetivo de bronzear a pele. Exemplar, escreve ele,

[...] é o comportamento daqueles que se deixam queimar ao sol, só por amor ao bronzeado e, embora o estado de letargia a pleno sol não seja prazeroso de maneira alguma, e talvez desagradável fisicamente, o certo é que torna as pessoas espiritualmente inativas (ADORNO, 2015, p. 108).

Além de não ser prazerosa, a prática também não garante o atrativo erótico que deseja a garota que queima a pele, tampouco as férias maravilhosas do funcionário que sai em viagem, mas, mesmo assim, as pessoas seguem realizando-a. Isso só se justificaria em função do “caráter fetichista da mercadoria [que] se apodera, através do bronzeado da pele [...] das pessoas em si” (ADORNO, 2015, p. 108), não sendo, portanto, outra coisa além de obediência rigorosa a uma necessidade determinada pelo comércio que envolve a atividade, no interior do qual se encontra a indústria de cosmético e a de viagens. Ao bronzear-se, como em outras atividades do “tempo livre”, não se escapa da dominação exercida pelo processo econômico e do retorno ao sempre-igual por meio da mercadoria. Igualmente vazias de conteúdo espiritual são as longas horas no ônibus, no geral, “intermináveis” e de grande apatia mental, mesmo que ocupadas por distrações (brincadeiras, músicas, filmes). Aqui, o caráter fetichista da mercadoria se apodera das pessoas por meio do deslocamento, este se tornou um fim em si mesmo, não importa de onde e para aonde, como e quando se viaja, pois é uma obrigação que por si só garantiria a marca do “bom” uso do “tempo livre”.

Por outro lado, esse tempo no ônibus, poderia ser potencializador de momentos de introspecção e conversa consigo mesmo, como sugere De Botton (2003, p. 66), pois as viagens são “parteiras dos pensamentos

[...] Reflexões introspectivas que têm a propensão a bloquear-se recebem ajuda para prosseguir, com a passagem ininterrupta da paisagem.” Concordamos que ficar algumas horas consigo mesmo, ainda que em um meio de transporte, poderia oportunizar alguma reflexão, porém, este não parece ser o problema dos turistas investigados, em sua maioria idosos e aposentados que procuram justamente pessoas com quem possam compartilhar momentos e conversar. Além disso, o modelo de viagem que acompanhamos pouco favorece um ambiente propício à introspecção, pois, concomitante ao estado de letargia, os períodos no ônibus tendem a ser preenchidos com brincadeiras (Perfil e bingo)¹²⁴, músicas, filmes, sorteios, orientações [...] e conversas com o turista da poltrona ao lado, como já apontamos.

Os longos trajetos percorridos com o corpo (e a mente) na mesma posição não são percebidos como um incômodo pelos turistas, com exceção de Camila, que reclama: *Eu sofro muito no ônibus, tenho desvio na cervical, aí eu não consigo dormir e fico naquela sonolência, o corpo fica todo dolorido, aí boto os pés para cima, não sei se tu me viste lá, com os pés até quase o ventilador, pra ver se estica, se alivia.*¹²⁵ Na direção contrária a esse relato, a maioria dos turistas atribui à viagem de ônibus uma oportunidade de descanso e relaxamento, como pode ser percebido nas falas de Robson e Arthur, consecutivamente:

Uma vez fui de carro, mas não gosto mais de viajar de carro. Eu quero sair da rotina do carro. Eu gosto de botar meu agasalho, sentar no ônibus, deixar a máquina fotográfica do lado e esquecer.

¹²⁴ O jogo Perfil consiste em um conjunto de cartas com dicas sobre pessoas, anos, coisas ou lugares. O guia fornece estas dicas e os turistas tentam acertar a que ou quem elas se referem. Nas excursões é comum se estabelecer uma disputa entre as pessoas sentadas nos assentos do lado direito do ônibus e as do lado esquerdo a fim de determinar o grupo que obteve mais acertos. No jogo de bingo que acontece dentro do ônibus são distribuídas cartelas numeradas, descartáveis, para cada turista. Os turistas assinalam o número da cartela conforme estes são sorteados pelo guia. São dois vencedores que recebem algum brinde do SESC (camisetas, canetas, bonés etc.): aquele que primeiro marca todos os números grafados em uma linha e aquele que primeiro marca todos os números da cartela.

¹²⁵ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

Eu não quero saber se tem trânsito, se o carro falhou ou se vai ter estacionamento.¹²⁶

Eu gosto de andar de ônibus em grupo porque daí posso ir olhando as coisas. Se eu for de carro, eu tenho que guiar, aí a minha atenção é toda para guiar o carro, então não vejo nada, Quando a gente chega na cidade tem que ficar procurando hotel, tem que fazer mil malabarismos.¹²⁷

Entendemos que tais relatos indicam que o turista experimenta a letargia (da imobilidade do corpo e da mente) como conforto. Assim como o repouso do corpo na poltrona, a temperatura regulada pelo ar-condicionado, a cama macia do hotel, conservam um elemento tátil na viagem relacionado ao relaxamento corporal, e não ter que dirigir, arrumar a cama ou fazer a comida, também são situações desejadas e associadas pelos turistas a um relaxamento mental. Reconhecemos que tais expectativas são legítimas, especialmente entre os turistas mais velhos, que tiveram uma vida inteira de duro trabalho para manutenção de sua existência, cabendo-lhes algum tempo de despreocupação e conforto. No entanto, esta inatividade ou esvaziamento mental experimentado como conforto não se restringe aos períodos no hotel, às refeições ou aos deslocamentos: não ter que fazer isto e não ter que pensar naquilo são as normas da totalidade do tempo de excursão, mesmo quando outra disposição se torna necessária para a satisfação que se busca (ou que se poderia encontrar) na viagem.

Reforçamos que nos parece muito positivo que os idosos tenham um descanso do trabalho doméstico e de preocupações diárias, mas também seria muito positivo que pudessem descobrir e experimentar formas de se relacionar com o mundo por meio de diferentes experiências estéticas, o que exigiria esforço em direção a maior autonomia nos modos de ver, ouvir e sentir o mundo e seus objetos. Quanto à experiência tátil na excursão, o que pudemos observar é que ela é restringida e valorizada unicamente pela sensação de conforto que pode provocar.

¹²⁶ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

¹²⁷ Arthur - 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

Em relação ao paladar, trata-se de um sentido constantemente “acionado” na viagem, em virtude das numerosas e fartas atividades envolvendo comida e bebida. Além das três refeições diárias, incluídas nos pacotes turísticos, há a “tradicional” parada para o café no percurso de ida e de volta e inúmeras degustações de produtos das regiões visitadas. Sobre essa prática, além de ser uma conhecida estratégia de divulgação por parte dos comerciantes, também é uma exigência do turista que visita qualquer espaço que tenha alguma referência à alimentação, mesmo que este não seja seu objetivo: Em Blumenau, no Museu da Cerveja “[...] escuto algumas pessoas dizendo que esperavam que tivesse degustação de chope no local visitado.”¹²⁸ Em Gramado “[...] sentados nos sofás do hall de entrada do hotel, um grupo de turistas discute se haveria ou não degustação de vinho na programação, pois sentiram falta desta atividade durante um passeio em uma antiga cantina”¹²⁹.

Os lanches também são frequentes em pontos turísticos que não o ofereçam gratuitamente, mesmo que seja para repetir o que acabamos de comer. Foi o que aconteceu em Curitiba, uma hora após sermos servidos de sorvete em um restaurante, um grande número de pessoas comprou a mesma sobremesa na lanchonete do parque que visitávamos. O acionamento constante do paladar só não é maior que os estímulos que demandam resposta visual, como bem analisa Camila sobre a excursão para Blumenau: *Para mim, o principal fator de satisfação foi a visualização, depois pode ter sido o paladar e a alimentação, porque em cada parada o pessoal se empanturrava.*¹³⁰

Em consequência, é comum ouvirmos lamentos dos turistas sobre os excessos em relação à comida, na viagem para Gramado: “Sento-me com um grupo de mulheres que já havia acabado de jantar. Elas falam que comeram demais, que não estão acostumadas a comer tanto à noite, uma delas pede chá de boldo¹³¹ ao garçom.”¹³² Em referência a mesma viagem à Gramado, com duração de três dias, seu Arthur relata: *Quando a gente passeia, o único defeito é que a gente abusa um pouco da*

¹²⁸ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

¹²⁹ DC3 - “Gramado e Canela”.

¹³⁰ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

¹³¹ Entre outros benefícios, o chá de boldo é conhecido por auxiliar na digestão e no funcionamento do aparelho digestivo.

¹³² DC3 - “Gramado e Canela”.

*comida e eu tenho que me cuidar por causa do coração. Eu engordei 1 kg nesse passeio aí.*¹³³

Embora a alimentação, na forma de lanches, refeições e degustações diversas, sejam constantes, estes elementos são pouco lembrados nas entrevistas, não é algo que os participantes costumam citar como suas lembranças. Nas entrevistas realizadas, somente o Senhor Vilson parece ter no paladar uma forma importante de experiência, pois, como diz, *Pra tudo quanto é lugar que tu viajas, sempre tem alguma coisa diferente, a comida é diferente. Sempre quando viajo gosto de experimentar comidas diferentes e que eu ainda não comi.*¹³⁴ Diferente do que expressa Dona Olinda e os demais entrevistados que pouco se referem a este aspecto:

É, eu prefiro pedir coisas mais conhecidas [para comer]. Teve até um prato em Bariloche [...] nós pedimos nhoque porque já conhecia a massa e eu achava que devia ser tudo mais ou menos igual. Mas quando colocaram o prato e eu vi aquele molho vermelho que parecia não sei o que, começou a me dar uma bola no estômago. Não sei se estava bom ou ruim, o aspecto dele não me agradou e eu não comi.¹³⁵

Da mesma forma, na cidade de Morretes, destino do passeio de trem realizado desde Curitiba, algumas pessoas não provaram o Barreado¹³⁶, comida típica da região, enquanto comentavam sobre seu aspecto, considerado estranho e desagradável. Diferente da gastronomia, relacionada à apreciação dos alimentos e seus aspectos culturais, a alimentação é um elemento importante na viagem. Esta é valorizada

¹³³ Arthur - 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

¹³⁴ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹³⁵ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹³⁶ O Barreado é um dos pratos mais tradicionais do Estado do Paraná e consiste na cozedura de diversos tipos de carne bovina em panela de barro, até se desmancharem. Depois de pronta, mistura-se farinha de mandioca à carne até que se adquira a consistência parecida ao “barro”, o que dá nome ao prato. É servido com arroz e banana da terra.

tanto pela sua função de satisfação de uma necessidade fisiológica – de reabastecimento energético do organismo –, como pela satisfação de uma necessidade emocional, quando o impulso para comer é desencadeado pela simples presença do alimento. Nas excursões, isso acontece a todo tempo, nas refeições, nos cafés, nas degustações, em qualquer oportunidade em que se possa manter o paladar distraído.

Parece que não só os olhos, mas a boca e os demais órgãos dos sentidos também precisam ser constantemente distraídos e estimulados durante a viagem, a ponto, supomos, de perderem a sensibilidade. Tal como identificou Adorno (1980) sobre a regressão da capacidade auditiva, talvez possamos identificar a regressão da visão e dos demais sentidos a partir da experiência turística. O autor explica que nossa percepção auditiva estaria marcada pela grande dificuldade de atenção e concentração, de forma que só conseguiríamos apreender aquilo que se assenta facilmente em nossos ouvidos, portanto, os bens de consumo padronizados que, no caso específico, são as músicas produzidas artificialmente por meio de arranjos, compassos e duração que permitam que o ouvinte possa “abandonar-se tranquilamente ao som da melodia dominante, única e ininterrupta” (ADORNO, 1980, p. 177).

A nossa adaptação auditiva à música ligeira, aquela destinada exclusivamente ao consumo, não se dá unicamente em função da transformação de bens culturais em mercadorias, mas também da manipulação psicológica do consumidor, especialmente por meio dos mecanismos de publicidade que definem e moldam os produtos de sucesso. Genericamente, podemos dizer que a este duplo processo Adorno (1980) atribui o conceito de fetichismo da mercadoria cultural. O autor argumenta que a atração e o consumo das mercadorias culturais não se dão pelas suas qualidades específicas ou pelo gosto pessoal, mas por meio das estratégias de difusão publicitária e da adaptação psíquica do consumidor às características padronizadas dos produtos, impelindo à automação dos sentidos e ao conformismo do gosto a um único estilo.

Com a regressão na capacidade auditiva, o critério de valor musical deixou de ser suas qualidades específicas, para centrar-se no sucesso acumulado, correspondente à quantidade de execuções, dando-se maior valor aos “atrativos dos sentidos” – voz e instrumento – do que aos elementos de conjunto da obra, composição e execução. Assim, a música deixou de ser desfrutada como “atividade principal”, reduzindo-se a entretenimento, a “pano de fundo” para preencher os vazios do silêncio.

Durante as excursões, observamos a utilização da música como “pano de fundo” em diversas situações e com funções muito específicas,

que não propriamente a sua apreciação. Nos espetáculos natalinos em Blumenau e Curitiba, a música ganhou espaço e magnitude devido aos altos decibéis disparados, assumindo a função estratégica de acelerar os sentidos e mantê-los distraídos, além de proporcionar a sensação de preenchimento dos grandes espaços públicos, onde normalmente as apresentações são realizadas.

20h 50min. Dez minutos antes do início do desfile de Natal em Blumenau, há pelo menos três camadas de pessoas amontoadas nas calçadas, nos dois lados da rua. Há muitos adultos com criança no colo e nos ombros. 21h As luzes da rua são desligadas, deixando-se apenas aquelas referentes à decoração de Natal, mantendo o ambiente a meia-luz. Músicas natalinas cantadas no idioma inglês começam a soar dos autôfalantes colocados nos postes. O desfile inicia e se desenvolve ao ritmo das músicas, intercalado com canções mais lentas e outras aceleradas, aumentando o ritmo das batidas do coração e a expectativa sobre a próxima alegoria que passará pela rua. A luz baixa, o brilho das fantasias e os elaborados carros alegóricos, criam um clima de magia e fantasia, como se estivéssemos em uma bolha temporal e espacial, isolados da realidade. No entanto, esta mesma sensação poderia ser reproduzida se fechássemos os olhos e simplesmente ouvíssemos a música, pois o som alto e ritmado toma todos os espaços da rua e parece envolver todo o corpo e a consciência daqueles que por uma hora quase não se mexem, a não ser pelo esforço de esticar mais e mais as pontas dos pés na esperança de não perder nenhum detalhe, ou de esticar mais e mais os braços cuja extensão é a máquina fotográfica e filmadora.¹³⁷

No passeio de trem entre Curitiba e Morretes, a música também teve um importante papel. Primeiro porque ajudava a distrair os sentidos nas quatro horas de viagem em que a paisagem, embora de rara beleza, pouco mudava ao longo trajeto, variando entre florestas mais ou menos densas e algumas estações de trem abandonadas. A música também contribuía para dar alguma sensação de velocidade, contrastando com a média de 16km/h na qual o trem se locomovia, algo extremamente lento

¹³⁷ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

para a sensibilidade humana atual. Tanto que, quando o trem acelerava um pouco, as pessoas batiam palmas demonstrando empolgação com a velocidade.

Se de certa maneira ficamos “surdos” de tanto ouvir os mesmos padrões musicais, o turismo de excursão também nos deixa cegos de tanto ver, assim como ficamos repugnados de tanto comer. Os sentidos chegam à exaustão da capacidade de assimilação e não podem ser mais do que uma resposta que o organismo transmite. A sobrecarga de estimulação cuja consequência é a destruição da capacidade humana de perceber cognitivamente é reconhecida por Buck-Morss (1996) como um narcótico produzido “a partir da própria realidade.” Isso porque seus efeitos seriam comparáveis a outras técnicas paralisantes do sistema sinestético¹³⁸, utilizadas a partir da segunda metade do século XIX. Da mesma forma que o uso de drogas como os opiáceos e anestésicos tiram a sensibilidade do corpo físico, impedindo de sentirmos dor, os choques modernos entorpecem o organismo, insensibilizando os sentidos e reprimindo a memória:

[...] a simultaneidade de uma sobrecarga de estímulo e de um entorpecimento é característica da nova organização sinestética como anestética. A inversão dialética, por meio da qual a estética passa de um modo cognitivo de contato (*in touch*) com a realidade para uma maneira de barrar, destrói o poder do organismo humano para responder politicamente, mesmo quando está em jogo a autopreservação [...] (BUCK-MORSS, 1996, p. 24).

Nessa situação de alienação sensorial, o corpo e seus sentidos perdem o papel de mediação com a realidade. Mas, ao contrário de haver a sobreposição de uma dimensão corpórea sobre a cognitiva, o que há é a privação dos sentidos, o que não significa que o indivíduo deixa de ver, ouvir ou sentir, mas que vê, ouve e sente em demasia, entretanto sem que nada registre, já que seu corpo é inundado de sensações, mas carente de sensibilidade.

¹³⁸ O termo sinestético tem correspondência com o termo sinestesia empregado por Benjamin, conforme esclarece a própria autora, e “identifica a sincronia mimética entre estímulo exterior (percepção) e estímulo interior (sensações corporais, incluindo memórias sensoriais) como o elemento crucial da cognição estética” (BUCK-MORSS, 1996, p. 23).

Adotando a teoria de autogênese de Kant, Buck-Morss (1996), os sentidos precisam tornar-se inacessíveis para que possam ser controlados externamente e para que o indivíduo consiga responder “adequadamente”, seguindo, assim, uma vontade moral que seja independente deles. Dessa forma, reflexo da imagem racionalizada e mecanizada da técnica e da tecnologia, o indivíduo se vê como

[...] um corpo estatístico, cujo comportamento pode ser calculado; um corpo de desempenho, cujas ações podem ser medidas relativamente à ‘norma’; um corpo virtual, capaz de suportar os choques da modernidade sem sentir dor. (BUCK-MORSS, 1996, p. 36).¹³⁹

Assim como a música, os objetos do olhar e a comida também servem como “pano de fundo” já que, a despeito de suas qualidades específicas, são aceitas como entretenimento pelo turista. Os excessos de imagens prévias padronizadas, o *city tour* panorâmico, o pouco tempo nos locais de visitação e os constantes mecanismos de orientação do olhar do turista, parecem conduzi-lo a apreensão visual somente do que é familiar ou do que é feito para chamar sua atenção. A estrutura turística coloca nossos sentidos sob tutela de agentes externos (os guias, as placas, as imagens prévias), incapacitando o sujeito de apreciar algo por si só.

O turista, tal como o ouvinte de Adorno, perde a capacidade de conhecimento consciente e aut nomo das imagens, sons, gostos, devido à própria estrutura turística, mas também nega a possibilidade da superação deste estado de coisas quando exige, nos moldes do “direito do consumidor”, que seus sentidos sejam conduzidos sem que faça qualquer esforço. Lembramos, no entanto, que estes momentos de puro encantamento dos sentidos, em que o sujeito que ouve, v  ou sente o gosto converte-se em mero consumidor, não seriam

[...] reprováveis em si mesmos, mas tão-somente na medida em que cegam a vista. Colocam-se a serviço do sucesso, renunciam ao impulso insubordinado e rebelde que lhes era próprio,

¹³⁹ O ápice desta insensibilidade ao sofrimento e a capacidade de suportá-lo   a produção de uma est tica da guerra, como anuncia Benjamin ao final do ensaio *A obra de arte...* Nesta situação de auto-alienação, diz o autor, a humanidade “se transforma em espetáculo para si mesma” e é “capaz de viver sua própria destruição como um prazer est tico de primeira ordem” (BENJAMIN, 2012b, p. 212).

conjuram-se para aprovar e sancionar tudo o que um momento isolado é capaz de oferecer a um indivíduo isolado, que há muito tempo já deixou completamente de existir. Os momentos de encanto e de prazer, ao se isolarem, embotam o espírito (ADORNO, 1980, p. 168).

Sabotados no uso do paladar, da audição e da visão, os turistas consomem uma paisagem, como consomem um alimento ou a própria música e os demais sons. Identificarmos a experiência dos sentidos com a esfera do consumo significa reconhecermos que ela integra um processo em que, segundo Agamben (2007), as coisas são separadas de si mesmas para adquirirem a dimensão exclusiva da mercadoria, tornando-se indisponíveis para o uso. Diferente do ato de consumo, que pressupõe uma relação de posse e destruição da substância do objeto, na experiência do uso esta substância “permanece intacta”, e pode existir indefinidamente, como memória:

Assim, o uso é sempre relação com o inapropriável, referindo-se às coisas enquanto não se podem tornar objetos de posse. Desse modo, porém, o uso evidencia também a verdadeira natureza da propriedade, que não é mais que o dispositivo que desloca o livre uso dos homens para uma esfera separada, na qual é convertido em direito. Se hoje os consumidores na sociedade massas são infelizes, não é só porque consomem objetos que incorporam em si a própria não usabilidade, mas também e sobretudo porque acreditam que exercem o seu direito de propriedade sobre os mesmos, porque se tornaram incapazes de os profanar (AGAMBEN, 2007, p. 72-73).

No âmbito do capitalismo, explica Agamben (2007), o consumo se encontra na esfera do sagrado¹⁴⁰, para a qual é direcionada quase toda a produção humana na atualidade e é direcionada, também, a

¹⁴⁰ Ao relacionar a separação entre o sagrado e o profano da estrutura religiosa com a separação entre consumo e uso na estrutura capitalista, Agamben (2007) dá continuidade às reflexões do texto *Capitalismo como religião*, de Walter Benjamin, para quem, “o capitalismo não representa apenas, como em Weber, uma secularização da fé protestante, mas ele próprio é, essencialmente, um fenômeno religioso, que se desenvolve de modo parasitário a partir do cristianismo” (AGAMBEN, 2007, p. 70).

experiência com os sentidos no âmbito do turismo. Assim como na religião em que aquilo que se encontra na esfera do sagrado tem seu uso restrito a uma forma específica, no capitalismo, tudo que se encontra na esfera do consumo também é Improfanável, por ser separado de qualquer possibilidade de uso, ou seja, de qualquer possibilidade de ser algo em si mesmo para ter a finalidade do consumo ou da exibição espetacular (AGAMBEN, 2007).

É precisamente no turismo que Agamben reconhece a situação exemplar do Improfanável, de uma impossibilidade de fazer uso das coisas, especialmente a partir do processo que chama de “museificação do mundo”, que se refere à transferência de tudo que é feito, vivido, e de todas as “potências espirituais” para o Museu. Aqui, o Museu não se refere a um lugar ou espaço específico, mas seria

[...] a dimensão separada para a qual se transfere o que há um tempo era percebido como verdadeiro e decisivo, e agora já não é. O Museu pode coincidir, nesse sentido, com uma cidade inteira (Évora, Veneza, declaradas por isso mesmo patrimônio da humanidade), com uma região (declarada parque ou oásis natural), e até mesmo com um grupo de indivíduos (enquanto representa uma forma de vida que desapareceu). De forma mais geral, tudo hoje pode tornar-se, na medida em que esse termo indica simplesmente a exposição de uma impossibilidade de usar, de habitar, de fazer experiência (AGAMBEN, 2007, p. 73).

Talvez possamos dizer que, na excursão, nossos sentidos também se retiram para o Museu. Incapaz de usar as paisagens, os sons, os alimentos pelas suas substâncias ou pelas suas qualidades intrínsecas, o turista os consome quando se empanturra, como disse Camila, ou quando não sabe mais o que fazer com tantos objetos de olhar, como disse Arthur.

Neste paradigma em que os “sentidos são consumidores”, não é fortuito o desejo de o turista levar algo para casa, seja na forma de *souvenir*, fotografia ou produtos alimentícios de uma região. Trata-se de uma tentativa de se apropriar de algo que ele viu e sentiu, mas como somente consumiu, precisa garantir a permanência do estímulo pela constante visualização, sensação do gosto [...]. Se o consumo exige a posse do objeto, e a posse pressupõe um proprietário, também passa a ser compreensível que cada um adquira o objeto de consumo

individualmente, como podemos observar em uma situação em que cada um dos quatro membros de uma família realizava registros fotográficos de uma mesma atração turística. Cada um “precisa” ter a sua própria imagem.

Agamben (2007) ainda compara os turistas que “migram” de museu em museu com os peregrinos que “migram” de templos em templos. Mas, enquanto estes restabeleciam a possibilidade de uso de algo que era sagrado, “os turistas celebram, sobre sua própria pessoa, um ato sacrificial que consiste na angustiante experiência da destruição de todo possível uso” (AGAMBEN, 2007, p. 73). O turismo e os turistas são expressões características da impossibilidade da experiência do uso, da profanação. A prática da viagem, que poderia oferecer tempos, espaços e experiências que fossem na contramão deste movimento, torna-se a situação exemplar do modelo “consumista” de interação com o mundo, quando transformada em turismo.

Apesar de a religião capitalista fundar-se no Improfanável e ser predominante na sociedade atual, Agamben (2007) reconhece que ainda há formas possíveis de profanação, o que não significa resgatar um uso que fosse natural ou, como podemos interpretar, uma essência da coisa, mas pela desativação de antigos usos, para que novos sejam possíveis. A possibilidade de novos usos está relacionada à libertação do comportamento de uma determinada forma e de uma finalidade imposta. Supomos que isso possa se realizar, por exemplo, por meio de novos sentidos e significados que pudessem ser dados para uma viagem e para os objetos (turísticos ou não) que visitamos, talvez, a partir de novas formas de ver e sentir os espaços e pelo desenho, pela descrição ou observação consciente dos detalhes, independentemente das indicações da *cartilha turística*. Um pouco disso parece ter feito um casal de turistas que acompanhamos durante a visita ao Parque Mini Mundo, em Gramado. Mesmo havendo diversos dispositivos que impunham a direção do olhar para pontos predeterminados, como descrevemos, eles conseguiam redirecionar a atenção para elementos de seu interesse particular:

Enquanto os turistas circulam apontando e fotografando as construções e miniaturas do Parque Mini Mundo, um casal observa e conversa comigo sobre os diferentes tipos de vegetação do local, citam os nomes de algumas plantas e elogiam o Parque por não colocar vegetação artificial. Também apontam e falam sobre a beleza

de uma árvore que foi preservada no interior da cafeteria.¹⁴¹

Entendemos, ainda, que profanar no âmbito do turismo está ligado à possibilidade de liberar a própria prática da viagem da esfera da necessidade sagrada, o que implica em uma nova forma de relação com a mercadoria que não seja apenas de consumo. Supomos que o caminho para que isto se realize passe por aquilo que Benjamin assinala como nova prática estética e que Buck-Morss (1996, p. 12) interpreta como sendo o rompimento da alienação sensorial e a restituição do “poder instintual dos sentidos corporais humanos”. A autora explica que nossos órgãos dos sentidos constituem um aparato físico-cognitivo qualitativamente autônomo e anterior à lógica e à significação,

[...] não importando o quão estritamente os sentidos sejam treinados (enquanto sensibilidade moral, refinamento do ‘gosto’ (*taste*), sensibilidade a normas culturais de beleza), tudo isto se dá a posteriori. Os sentidos mantêm um traço não civilizado e não civilizável, um núcleo de resistência à domesticação cultural (BUCK-MORSS, 1996, p. 12).

Restaurar a capacidade de acessar nossos sentidos, restituir sua autonomia, constitui-se tarefa primeira para que possamos edificar uma experiência sensível ou um “sistema estético de consciência sensorial”, como o denomina Buck-Morss (1996, p. 19). Embora imersos em um contexto construído para chamar a atenção e emitir estímulos incessantemente, e embora assumam uma disposição para a busca de sensações, alguns turistas, em algumas situações, encontram espaço para relações mais sensíveis com a realidade.

Mesmo junto a um grupo de excursionistas em que prevalece a apreensão coletiva e dispersa da paisagem, há espaço para o exercício de estranhamento, para olhares mais individualizados e até mesmo para o redirecionamento do corpo para o que seus sentidos despertam, como conta Ivone sobre uma viagem para o Peru: *Quando eu estava em Machu Pichu vi todo mundo tirando fotos das ruínas e quando eu olho para o lado, no meio das pedras, havia uma begônia florida. Eu não*

¹⁴¹ DC3 - “Gramado e Canela”.

*resisti e tirei foto daquela begônia no meio das pedras e que ninguém olha, ninguém presta atenção.*¹⁴²

Mesmo que estas situações não representem muito frente ao estado avançado de alienação sensorial, ou que não possam expressar uma percepção crítica da realidade, ainda assim anunciam uma tímida esperança, tendo em vista que, “Nesta situação de ‘crise da percepção’, já não se trata de educar o ouvido rude para ouvir música, mas de lhe restituir a audição. Já não se trata de treinar os olhos para ver a beleza, mas de restaurar a ‘perceptibilidade’” (BUCK-MORSS, 1996, p. 24).

2.3 O CORPO QUE VIAJA

Se na excursão os sentidos humanos são consumidores, na perspectiva elaborada por Agamben (2007), pois são incapazes de fazer uso dos estímulos visuais, gustativos, auditivos, entre outros, e se adquirem à disposição de um apetite, porque são acionados apenas por aquilo que provoca sensações (TÜRCKE, 2010), podemos considerar que, na excursão, é o “corpo que viaja” e não o sujeito. Não o corpo restituído da sua sensibilidade, mas o corpo-armadura (BUCK-MORSS, 1996), um corpo preocupado, valorizado e julgado precisamente pelo seu desempenho no campo da satisfação sensorial, inserido, portanto, dentro daquilo que se convencionou chamar de culto ao corpo e na extensão de uma cultura somática (COSTA, 2005).

A partir do que analisamos até aqui, podemos compreender que a viagem é um fenômeno pertencente e intensificador de uma dinâmica composta por novas relações com o corpo e com o cuidado de si que se tornou referência para a construção das identidades contemporâneas. Como observa Costa (2005), tendo em vista o caráter *presentista* da nossa sociedade, não é por um acaso que as experiências com e pelo corpo assumem espaço preponderante, pois só ele tem a qualidade de experimentar a coisa no tempo presente, é nele que o sujeito moderno deposita toda sua esperança e seu investimento de saúde, beleza, prazer e felicidade. O corpo é a sede das sensações, é onde podemos sentir o prazer imediato, diferente, por exemplo, da alma, a partir da qual encontraríamos a paz somente na posteridade (COSTA, 2005).

¹⁴² Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viagrou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

Também é importante apontarmos que o processo de reencantamento pelo corpo, dentro da perspectiva desenvolvida por Costa (2005), não considera que haja uma divisão propriamente dita entre corpo e mente, como corroboram os autores anteriormente referenciados. A análise de Costa (2005) mostra, no entanto, a ênfase que vem sendo dada ao corpo em suas dimensões materiais e a forma como os padrões de aparência corporal e os pressupostos da “qualidade de vida” têm se tornado significativos para a definição de felicidade e para a caracterização moral dos indivíduos na atualidade. Nas palavras do autor:

O cuidado de si, antes voltado para o desenvolvimento da alma, dos sentimentos, ou das qualidades morais, dirige-se agora para a longevidade, à saúde, à beleza, à boa forma. Inventou-se um novo modelo de identidade, a *bioidentidade*, e uma nova forma de preocupação consigo, a *bioascese*, nos quais a *fitness* é a suprema virtude. Ser jovem, saudável, longo e atento a forma física tornou-se a regra científica que aprova ou condena outras aspirações à felicidade (COSTA, 2005, p. 190).

Não só a alimentação saudável, os exercícios e os procedimentos estéticos tornaram-se referentes para a qualificação do indivíduo, mas a imagem social de um corpo desinibido, controlado emocionalmente, que privilegia as sensações físicas, enfim, um corpo sempre em movimento, também é suporte para sua admiração moral. No interior deste novo paradigma de felicidade e qualidade de vida, a viagem tem sido uma prática amplamente recomendada, principalmente para os idosos, e conserva uma moralidade condizente com aquela enaltecida pela cultura somática.

A viagem é, a nosso ver, a materialidade de um corpo que se exige estar ativo e em movimento num duplo sentido, primeiramente pelo seu deslocamento físico no espaço, mas também por representar um deslocamento em direção à jovialidade e tudo o que ela representa: o “corpo que viaja” é o corpo que está em crescimento, que não “parou no tempo”, que não “morreu em vida”, como ilustra a situação descrita a seguir.

Na saída do Parque Knorr, em Gramado, pergunto para um senhor de idade avançada se ele está gostando, ele balança a cabeça afirmativamente, pergunto se gosta de viajar e ele diz que “não

muito”. A esposa dele entra na conversa abruptamente e diz que ele gosta, sim, que ficar em casa é pedir para se entregar, que ele tem que viajar junto com ela, senão ela também não pode, pois não tem com quem deixá-lo.¹⁴³

Costa (2005, p.197) não desenvolve a ideia, mas sugere que na velhice assumiríamos uma bioidentidade própria desta faixa etária, quando faríamos a “última tentativa bioascética de permanecer jovem, vital, por dentro da moda”. Na cultura somática, o “corpo que viaja” também é definidor de caráter e de identidade, pois é um corpo que se disciplina, que se diverte, é forte moralmente para investir na sua saúde mental e emocional. Diferente, portanto, daqueles que ficam em casa, não procuram formas de interação social, desenvolvem estresse, depressão, entre outras doenças, pois supostamente se deixaram abater pelos problemas, pela velhice [...]. São os “fracos” que desistiram da vida, ou que aceitam uma vida supostamente menos interessante centrada no ambiente doméstico. A estes, restam-lhes rezar, como fez um turista na excursão realizada para Lages: “Dentro do ônibus, um turista idoso pede para fazer uma oração no início da viagem, o guia concorda e passa o microfone. O turista inicia a reza dizendo que nem todos têm a facilidade de sair viajando toda hora e temos que agradecer”.¹⁴⁴

Ao lembrar àqueles que não estão viajando, o turista, de certa forma, demonstra solidariedade para com aqueles que não teriam as mesmas condições financeiras ou físicas para realizar a prática, mas também demonstra pesar por eles estarem aquém de um ideal de felicidade pautado no desempenho corporal. Não se supõe, neste momento, que alguém não queira ou não goste de viajar, pois o gozo sensorial proporcionado pela viagem é avaliado como extremamente relevante para que o sujeito sinta-se pertencente a um estilo de vida prestigiado, aquele associado ao entretenimento, conforme explica Costa (2005).

Entendemos que os pressupostos da cultura somática não se restringem, portanto, ao desenvolvimento de uma relação imediata entre moralidade e aparência corporal, mas também entre moralidade e uso social do corpo. O idoso certamente não representa em sua aparência o ideal de forma física, beleza e jovialidade inscritos no contemporâneo, mas busca estas características por meio dos usos (ou consumo) que faz

¹⁴³ DC3 - “Gramado e Canela”.

¹⁴⁴ DC4 - “Colheita da Maçã”.

do seu corpo: um corpo que está *atenado*, atualizado, que faz curso de informática e viaja.

O “corpo que viaja” inscreve-se na cultura somática principalmente porque direciona toda sua atenção e esforço para o gozo sensorial¹⁴⁵. Segundo Costa (2005), a sensorialidade é a face da experiência corporal mais valorizada e explorada na nossa sociedade e converteu-se no ideal de felicidade. É aquilo a que aprendemos que nos sentiríamos mais “satisfeitos” e a que atribuímos um maior valor moral, é o que, de imediato, “experimentamos como agradável, prazeroso, extático” (COSTA, 2005, p. 194). A alteração da percepção social do corpo em direção à sua valorização fez com que nos tornássemos mais sensíveis às experiências que utilizam a expressão corporal que, mesmo sendo parte de uma mesma unidade, comporta diferenças fenomênicas em relação à expressão mental.

[...] a expressão física é o modo do corpo agir e reagir às circunstâncias presentes, enquanto a expressão mental, o modo de rememorar ações e reações passadas que auxiliam o organismo a obter satisfação nas interações atuais ou futuras com este meio. Ao agir no aqui e agora, o corpo projeta os seus atributos físicos no ambiente para interpretá-lo e modificá-lo, com vistas a satisfazer necessidades em curto prazo; ao se retrair do presente imediato, relaxa o tônus da preparação para a ação e permite que a memória de ações pretéritas reforce a eficácia da intenção pretendida (COSTA, 2005, p. 213).

A mesma diferenciação que o autor faz neste trecho, entre prazer sensorial, privilegiado pela cultura somática, e satisfação, Benjamin (1994d) faz entre gozo imediato e a satisfação plena. Enquanto o primeiro caracteriza-se por uma dependência a um estímulo sempre novo que se aproxima daqueles experimentados na esfera das necessidades corpóreas, como vimos em relação às sensações, a segunda

¹⁴⁵ A sensorialidade, ou sensação física de que estamos falando é somente uma entre as várias formas em que podemos experimentar nossa sensibilidade, outras podem ser, por exemplo, a ação pública, que teria sua experiência de satisfação voltada ao mundo e à vida comum, ou ainda o amor romântico, que tem satisfação no cultivo dos sentimentos e na “memória das interações vividas com o outro próximo” (COSTA, 2005, p. 193). Em ambos os exemplos a sensação física era subordinada a algo exterior, ao contrário do que vemos hoje na cultura somática.

só se realiza a partir de uma relação aurática com os objetos. Neste sentido, em diferentes perspectivas, ambos os autores dão ênfase à imaginação e à memória para que este tipo de satisfação prolongada se exerça.

O gozo das sensações depende da capacidade do corpo tornar presente a fonte de estimulação prazerosa. [...] não tem como usar a fantasia para prolongar a satisfação, pela rememoração do passado ou pela projeção do gozo atual no futuro. Resta, portanto, uma saída: recorrer incessantemente a novos objetos e situações que estimulem o corpo e o façam gozar (COSTA, 2005, p. 236).

Memória e semelhança fazem parte dos caminhos que percorremos no próximo capítulo. Essas noções, inseridas na perspectiva benjaminiana, compõem nossas análises sobre as relações, representações e percepções dos turistas sobre os objetos turísticos (da história, da natureza, do comércio e dos espetáculos), contribuindo para a compreensão do que se constitui uma relação aurática e seu entrelaçamento com a *experiência*.

Antes disso, finalizando as ideias que estávamos desenvolvendo a partir dos argumentos de Costa (2005), destacamos que o investimento no corpo e em experiências que provoquem sensações não caminha, contudo, unicamente para o excesso de prazer. A necessidade por estímulos sempre novos, em doses cada vez mais fortes para que façam o indivíduo se “sentir vivo”, segundo o autor, também o coloca em um estado de eterna privação, pois este tipo de prazer idealizado é, quase sempre, inalcançável porque está sempre no “outro”: na vitalidade dos corpos nos catálogos de suplemento alimentar, no aspecto de liberdade e felicidade nos rostos das propagandas de viagem, no sucesso das celebridades nas revistas. Talvez e por isso, a moralidade centrada no corpo e o ideal de felicidade das sensações sejam componentes ostensivos da Indústria Cultura. O corpo e suas sensações são fetiches engendrados por seus esquemas, que

[...] não sublima[m], mas reprime[m] e sufoca[m]. Expondo continuamente o objeto de desejo, o seio no suéter e o peito nu do herói esportivo, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado, que, pelo hábito da privação, há muito tempo se tornou puramente masoquista (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 35).

A valorização da sensação e do consumo como formas de vivenciar o turismo pode ser inserida nos novos usos do sujeito com o corpo e com o cuidado de si, que se constituem nos novos guias morais para a formação da subjetividade contemporânea, bem como são constituidoras de novas formas de convívio e de relacionamento com o outro por meio de biossociabilidades, tema que desenvolveremos no Capítulo 5.

3 AS RELAÇÕES ENTRE O TURISTA E OS OBJETOS TURÍSTICOS: A NOVIDADE, A PROXIMIDADE E A MONOTONIA

3.1 OBJETOS TURÍSTICOS: A NATUREZA, A HISTÓRIA, O COMÉRCIO E O ESPETÁCULO

Como já apontamos, o turismo, como prática de lazer moderna, foi possibilitado por condições históricas e materiais bem específicas, tornando-se algo bastante diverso das antigas viagens, orientadas por objetivos pragmáticos e estruturas precárias ou inexistentes. Porém, a única exceção histórica, explica Enzensberger (1985), foi a prática desenvolvida nos últimos séculos do Império Romano¹⁴⁶. Segundo o autor, esta se assemelhava ao turismo moderno tendo em vista sua organização estruturada por hotéis luxuosos, agências de viagens e rotas marítimas e terrestres, mas, ainda assim, as condições daquele período não permitiram que a prática fosse estendida para além das minorias dominantes. Mas, o que de fato distancia o turismo atual do romano, ainda conforme a perspectiva de Enzensberger (1985), é o caráter revolucionário e as raízes românticas do primeiro, baseados numa nostalgia de distância e de liberdade.

O autor argumenta que esse traço revolucionário do turismo se refere ao fato dele ser experimentado como uma tentativa do indivíduo alcançar a liberdade, ameaçada de ser sufocada pelo mundo do trabalho. Esta representação também ganha força pela possibilidade da extensão da atividade para uma grande parte da população e não apenas a uma minoria, como no caso romano. O turismo simboliza, assim, ao mesmo

¹⁴⁶ Conforme Barretto (2003), a prática das viagens entre os romanos teria acontecido especialmente entre o século II a.C e II d. C. A construção de muitas estradas pelo Império Romano teria sido determinante para que os cidadãos livres viajassem, movidos por objetivos muito próximo daqueles com os quais hoje caracterizamos o turismo de lazer. “Informações obtidas através de pinturas pré- históricas, azulejos, placas, vasos, mapas, demonstram que os romanos iam à praia e aos spas, buscando, nas primeiras, divertimento (há registros pictóricos de moças usando biquini, jogando bola na praia), e nos segundos, cura. [...] Com o desaparecimento do Império Romano houve um grande declínio do comércio, as viagens de prazer acabaram e as estradas começaram a deteriorar-se e até mesmo destruir-se totalmente” (BARRETTO, 2003, p. 45).

tempo, rompimento, contestação e fuga das imposições da sociedade industrial, mas também “do cárcere das cidades e da miséria do quartinho de aluguel” (ENZENSBERGER, 1985, p. 217).

Na ideologia romântica do turismo, a liberdade é alcançada por meio do acesso a uma imagem ou sensação de algo que esteja distante, intocável, quando a dificuldade de alcançá-lo lhe confere um sentimento místico de aventura. No entanto, a força imaginativa que permitia a crença no acesso ou na experiência de liberdade pelo turismo,

a um tempo traiu e preservou a revolução. Ela transfigurou a liberdade e fê-la recuar aos limites da imaginação, até que ela cristalizou-se espacialmente na imagem da natureza distante da civilização, temporalmente na imagem da história passada, tornando-se folclore e monumento. Estas, a paisagem intocada e a história intocada, são as imagens-guia do turismo até hoje. Ele não é senão a tentativa de concretizar o sonho romântico projetado na distância. Quanto mais a sociedade burguesa se fechava, mais o cidadão tentava esforçadamente dela escapar como turista (ENZENSBERGER, 1985, p. 214).

A fuga da pressão do trabalho e a libertação do mundo civilizado tornaram-se pura aparência quando elas mesmas foram estabelecidas como mercadorias impostas e exigidas no “tempo livre”, frustrando o impulso revolucionário a cada destino (ENZENSBERGER, 1985).

Embora a viagem turística não mais expresse, na prática, uma suposta aura de aventura e liberdade, especialmente porque se trata, acima de tudo, de um negócio planejado e organizado sob os esquemas de uma indústria específica, em que “o intocado é ‘capitalisticamente aberto’ a todos” (ENZENSBERGER, 1985, p. 220), o conceito de liberdade – e de felicidade proporcionadas por esta liberdade – mantem-se fortemente ligado às imagens românticas que representam a natureza (jardins, praças, zoológicos), e a história (museus, monumentos, apresentações folclóricas), como propõe Enzensberger (1985).

No entanto, além de cristalizado na natureza distante da civilização e nas imagens da história passada, o “sonho romântico [de liberdade] projetado na distância”, hoje, também é solidificado nas experiências das compras e dos espetáculos. Isso pode ser observado na

análise dos roteiros¹⁴⁷ percorridos durante a pesquisa, nos quais se identifica os pontos turísticos selecionados pelo Programa de Turismo Social, mas também inclui aqueles que foram acrescentados ou substituídos, conforme mostraremos ao longo do capítulo. A partir desta análise conseguimos identificar quatro grandes categorias de objetos turísticos: a natureza, a história, o comércio e os espetáculos. As duas primeiras emprestadas de Enzensberger (1985) e as duas últimas sugeridas por nós:

Quadro 3 - Categorias de objetos turísticos por excursão realizada

Excursão/categoria	Natureza	História	Comércio	Espetáculos
“Magia de Natal em Blumenau” Pomerode e Blumenau	- Praça (Pomerode e Blumenau) - Praça Floriano Peixoto	- Museu da Cerveja - Igreja - Mausoleu do Senhor Hermann Blumenau - Casa de Cultura - Prefeitura Blumenau	- Loja de porcelanas Schmidt	- Desfile de Natal na Vila Germânica.
“Natal Encantado Curitiba” Curitiba e Morretes	- Parque Tinguá - Parque Tanguá - Bosque do Papa - Jardim Botânico	- Restaurante Madalosso - Passeio no Trem Serra do Mar	- Feira de artesanato no centro de Curitiba - Feira de artesanato (Morretes).	- Apresentação natalina no centro da cidade

Continua

¹⁴⁷ Os roteiros estão descritos na íntegra na introdução deste trabalho e, como já dissemos, informações gerais sobre as cidades visitadas estão disponíveis no Apêndice A.

Excursão/categoria	Natureza	História	Comércio	Espetáculos
“Gramado e Canela”	- Praça (Gramado) - Passeio Rural na comunidade onde viveram as personagens que deram origem ao filme O Quatrilho; - Café Colonial - Cascata do Caracol	- Igreja (Gramado) - Museu Mundo à Vapor - Passeio Rural com ônibus de 1950.	- Loja de vinhos - Loja de chocolates - Lojas do Centro de Canela	- Mini Mundo - Aldeia do Papai Noel (Parque Knorr)
“Colheita da Maçã” Lages e São Joaquim	- Praça (São Joaquim e Lages) - Colheita da Maçã - Pousada Rural de Lages	- Igreja (São Joaquim e Lages)	- Loja Mezalira (objetos gauchescos) - Exponeve (feira de produtos artesanais) - Degustação Casa do Vinho - Sanjo (Loja da Cooperativa Agrícola de São Joaquim).	

Fonte: Autoria própria.

Há diversos estudos e proposições para tentar organizar o turismo numa espécie de tipologia. Alguns destes partem das motivações para as viagens – lazer, saúde, esporte, estudos, religião etc. - (BARRETTO, 2003) e outros dos objetos de olhar – paisagem urbana, paisagem campestre, grupos étnicos, estilos de vida, artefatos históricos e locais de recreação (URRY, 1996). Embora esta organização possa ser muito útil em situações específicas, o quadro que propomos não tem tal intenção, trata-se apenas de um exercício de análise dos grandes objetos de olhar privilegiados nas viagens investigadas com objetivo de nos ajudar a

organizar as reflexões, não sobre estes objetos em si, mas sobre a relação dos turistas com eles.

A seguir apresentamos algumas particularidades dessas relações, tendo em vista o discurso dos turistas sobre a busca pelo “diferente” e pela “novidade”, modo como expressam, conforme nossa interpretação, o desejo por liberdade cristalizada nestes objetos, ou no seu consumo.

A natureza distante

A valorização de determinadas imagens representativas da natureza, sobre as quais o turismo moderno constituiu suas primeiras atrações são, entre outros aspectos, resquícios do movimento romântico do século XVIII. Segundo este movimento, o desenvolvimento das emoções e das sensações poderia ser favorecido pela aproximação do homem com os animais e as plantas. Sua influência foi decisiva para a transformação da sensibilidade humana em relação à natureza e, posteriormente, para a conversão de grandes acidentes geográficos naturais em atrações turísticas. Antes disso, por exemplo, “ninguém olhava para os Alpes como algo belo; pelo contrário, há registro de serem descritos como ‘horríveis’, algo que ‘provoca senso de horror’ entre outras” (BARRETTO, 2003, p. 51).

A busca por hábitos de vida e lugares turísticos que proporcionem o contato com a natureza foi tomando proporções cada vez maiores como resultado do processo de urbanização ao final do século XIX e início do XX. Ao mesmo tempo em que a revolução tecnológica e a “explosão” industrial fizeram da cidade um lugar de possibilidades de acesso aos produtos e serviços de diversão em massa¹⁴⁸, também a transformaram em um contexto perturbado e insalubre. Gonçalves e Melo (2009) destacam que a poluição, a proliferação de doenças e o estresse mental, vistos como males da cidade moderna, vão impelir o surgimento de hábitos de lazer que buscam fugir de tais problemas, como são exemplos os esportes, as atividades físicas, a meditação, as

¹⁴⁸ Os parques, as festas, o cinema, os bares, os esportes e posteriormente os *shoppings centers* formam um conjunto de possibilidades de diversão que ganham força no espaço da cidade. Os grandes aglomerados humanos, lugares de preocupação com o público e com a exposição dos corpos, em “harmonia” com o desenvolvimento de tecnologias de comunicação e transportes em massa, transformam a cidade em “uma arena de grande circulação de mercadorias e lócus privilegiado de vivências sociais” (MELO; PERES, 2005, p. 78).

atividades ao ar livre, e, acrescentamos o próprio turismo, crescendo, desta forma, a valorização da ideia de natureza em que:

[...] o sol, o mar e a montanha passam a ser cada vez mais adorados. Esse ‘culto’ era também perceptível no surgimento de novos modismos, como o da jardinagem como *hobby*, da valorização de restaurantes de comida natural/macrobiótica e da popularização de certas práticas realizadas em contato com o ambiente natural (GONÇALVES; MELO, 2009, p. 259).

Desde então, a idealização da natureza como algo livre da artificialidade, do controle e da intervenção humana, permanece como guia do turismo contemporâneo, como já afirmou Enzensberger (1985), mantendo-se o mito de que os elementos da natureza são detentores de um mágico poder de recuperar as energias e também a liberdade que o mundo repressor do trabalho e o ritmo urbano teriam saqueado. A partir de um processo de segmentação do mercado, o turismo de natureza, além de ser uma modalidade específica, já possui algumas ramificações no seu interior, como é exemplo o ecoturismo, o turismo de aventura e o próprio turismo de experiência, sendo aquele vivenciado parcialmente nas excursões que realizamos, e que será abordado em outro momento.

Apesar de entendermos que essas não possam ser caracterizadas como turismo de natureza, pois não havia o objetivo da apreciação de algum grande atrativo natural, tampouco um extenso período de tempo dedicado aos elementos naturais, nas quatro excursões realizadas, as imagens representativas da natureza estiveram presentes, algumas em maior medida como na “Colheita da Maçã” e no Jardim Botânico de Curitiba, outras em menor medida, como nas praças de Blumenau. No entanto, todo o “contato” com a natureza, por menor que fosse, era extremamente valorizado: o Senhor Vilson destaca que *Em Pomerode fizeram aquela pracinha, com aqueles bichinhos ali, então estava bem legal, bem interessante [...]. Daquilo ali eu tirei foto e tudo.*¹⁴⁹ E dona Olinda acrescenta: *Foi legal ver também aquela galinha com um monte de pintinho. Quanto tempo que a gente não vê isso!*¹⁵⁰ O casal elogia a

¹⁴⁹ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹⁵⁰ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

Praça de Pomerode por estar enfeitada com artigos natalinos e, principalmente, por expor pequenos animais domésticos, o que apontam ser algo “diferente” na cidade e que fazia com que ela merecesse ser revisitada. Nas palavras de Vilson:

Eu achei muito interessante ali no pórtico de Pomerode, porque na verdade eles estão renovando um pouco. Eles estão modernizando. Eu já estive outras vezes lá e não tinha aquele presépio naquela pracinha, das outras vezes não tinha. Então, a gente vê que cada vez que a gente vai passear para o mesmo lugar, tu nota coisas diferentes.¹⁵¹

Percebemos, nos turistas, a valorização da natureza (quase sempre) em sua forma domesticada, aquela que foi submetida ao controle do homem e transformada em atrativo turístico. Ainda assim, segundo Almeida (2008), permanece em comum a visão de que estes elementos da natureza representam um produto puro, alheio à intervenção e significação social, algo que também pode ser observado em outras falas de entrevistados.

Para Camila¹⁵², a *busca pelo verde*, como diz, é objetivo da viagem, algo que consegue encontrar de diversas maneiras: nas paisagens que aprecia através dos trajetos percorridos de ônibus [...] *já fizemos também [viagens] pra São Bonifácio e Anitápolis [...] aí o ônibus se embrenha naquelas estradinhas de barro sinuosas que a gente vê o rio lá embaixo. Acho lindas essas viagens*; nas praças e nos parques de Curitiba: [...] *achei muito apertado esse roteiro, mas eu procurei aproveitar bem essa parte do verde, que também é uma oportunidade para meditar, ou estar de ônibus e olhar aquela mata toda*. E ainda nos espaços verdes dos hotéis: *Adoro verde, montanhas, pedras, bichos. Então quando tem viagem para Lajes, que tem um espaço lindo [...] aí eu gosto mais de viajar*.

O hotel do SESC em Lages chama-se, na verdade, Pousada Rural e está localizado a 20 km da zona urbana da cidade. A Pousada é citada

¹⁵¹ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹⁵² Todas as citações deste parágrafo são de Camila – Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

pelos turistas como referência de espaço que permite o contato com a natureza e com as “coisas do campo”, pois possui uma ampla área verde e segue um modelo horizontal de hospedagem, com cabanas no lugar dos apartamentos em prédios verticais. Dona Valéria diz que já foi muitas vezes para a Pousada e *Só o fato de eu ter ido e olhado a parreirinha de kiwi, as coisas que eu estou acostumada quando vou lá, isso já valeu a viagem.*¹⁵³ Da mesma forma, Robson já conhecia e gosta muito da *área do Hotel do SESC de Lages* porque se sente *bem naquele ambiente, com aquela vegetação, aquela área, o mato, a cabana, os atrativos que eles oferecem*¹⁵⁴, e justifica porque vai muitas vezes para lá:

Nos lugares que você se sente bem, não acho que aquilo é uma continuidade [do cotidiano], acho que é uma coisa nova. Eu posso ir lá 50 vezes que é diferente, para mim. Um dia não é igual ao outro. Nós fomos uma vez bem no inverno, pegamos 3 graus, outra vez fomos quando estava mais quente [...] então eu sinto que é sempre a primeira vez, nunca vejo como algo que já fui muitas vezes.¹⁵⁵

Embora a constituição da sensibilidade em relação à natureza seja proveniente do movimento romântico, Almeida (2008) argumenta que a descoberta e valorização do mito neorruralista na França, na década de 1970, deu novo impulso e novos sentidos para a procura do ambiente rural e natural. Respaldados na corrente ecológica, na proposição do turismo sustentável e com a forte percepção mundial acerca da necessidade de proteção e recuperação dos recursos naturais, os discursos sobre o meio ambiente generalizaram-se ao ponto de que “A sociedade contemporânea, com o turismo, revaloriza uma natureza que já foi dessacralizada, objetivada e manipulada exaustivamente” (ALMEIDA, 2008, p. 81).

A admiração da área verde da Pousada, os jardins bem cuidados dos parques e os pequenos animais que compõem o presépio da Praça de Pomerode, por mais simples que sejam, são encarados como um bem

¹⁵³ Valéria - Funcionária Pública aposentada, 76 anos, casada, 2 filhos. Mora com o esposo e um neto. Ensino Médio. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Lages. Entrevista em 31/03/15.

¹⁵⁴ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

¹⁵⁵ Idem.

precioso e integram-se aos novos conceitos valorativos sobre a natureza, emergidos por meio do discurso da conservação. Ao mesmo tempo em que procura o natural, o puro, o sublime, o intocado, o turista aceita o manipulado e o produzido, para, em seguida, sacralizá-lo novamente.

Nesse sentido, Almeida (2008), desenvolve o conceito de *naturofilia*, como expressão deste desejo e desta necessidade das pessoas sentirem-se de acordo e em harmonia com o cosmos, universo, ambiente e, sobretudo, com a consciência ambientalista. Além de uma disposição afetiva obrigatória, os turistas precisam fazer parte da cultura da conservação, algo bem representado pelo ato da colheita da maçã, em que o fato da fruta ser colhida pelo próprio turista conferia a ela um sentido de pureza e perfeição próprio do ideal de natureza intocada:

Após a paisagem das maçãs, caminho em direção ao ônibus com um grupo de senhoras, comento que o valor cobrado (R\$ 2,50 kg) é maior do que costumo pagar nas feiras em Florianópolis. Sem se importarem muito com o fato, uma delas argumenta que, em contrapartida, àquelas que colhemos não teriam agrotóxicos, outra diz que no supermercado em que ela faz as compras as maçãs são mais caras, principalmente a Fuji, e uma terceira, irredutível ao meu comentário, explica que aquelas que colhemos tem outra qualidade, são bem mais bonitas. Embora não haja razão para crer que aquela plantação seja livre de produtos químicos e menos ainda que as maçãs sejam mais bonitas, afinal, ao que parece, colhemos os “restos” que ficaram nos pés ou que demoraram para amadurecer, não me sinto à vontade para contra-argumentar e ajudo as senhoras e subirem no ônibus com as sacolas e armazená-las no compartimento de bagagem acima dos bancos.¹⁵⁶

A história distante

Diferente das imagens de natureza, na qual observamos um consenso entre os turistas sobre a sua disposição afetiva em relação ao ambiente e às coisas ditas naturais, as relações constituídas entre eles e as imagens da história são divergentes e, em alguns casos, concorrentes.

¹⁵⁶ DC4 - “Colheita da Maçã”.

Além dos museus¹⁵⁷ e monumentos, identificamos como objetos distantes no tempo obras do patrimônio arquitetônico, igrejas e, inclusive o Trem Serra do Mar, construído no final do século XIX, no qual percorremos o trajeto entre Curitiba e Morretes, e também incluímos o antigo ônibus escolar, de 1950, no qual realizamos o Passeio Rural em Gramado.

Embora ainda muito presente nos roteiros elaborados pelas agências, os museus históricos, pelo menos em suas formas tradicionais, com exposição de artefatos materiais, têm perdido espaço entre os objetos de preferência dos turistas. De modo geral, as imagens da história foram pouco referidas pelos entrevistados, com menções pontuais, como a de Robson, que diz que gosta de museu porque, *além de conhecer, adquire uma cultura*,¹⁵⁸ e Vilson, que também enfatiza que *gosta de conhecer lugares diferentes, ir a museus, eu adoro. Quando eu vou num lugar, gosto de mirar aquelas construções antigas. Na Argentina, por exemplo, me encantam aqueles prédios, aqueles mosaicos, então são coisas assim que me chamam a atenção*.¹⁵⁹ Por outro lado, Camila, diz que não gosta de museu *porque parece que a vida para. Estou começando a sentir isso de uns dois, três anos para cá*¹⁶⁰, e em seguida explica:

¹⁵⁷ O Conselho Internacional de Museus (Internacional Council of Museums - ICOM), define museu como “uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e difunde o patrimônio material e imaterial da humanidade com fins de estudo, educação e lazer.” Esta definição enquadra um número grande e variado de espaços, como por exemplo, institutos de preservação e galerias de exposição permanente, sítios arqueológicos, monumentos históricos, bibliotecas, centros de documentação, centros culturais, galerias de arte, reservas naturais, zoológicos e jardim botânicos (ICOM, 2007). Para uma maior compreensão sobre o que estamos nos referindo, utilizaremos o termo museu especificamente para os espaços de exposição de artefatos históricos e artísticos.

¹⁵⁸ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

¹⁵⁹ Vilson: Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹⁶⁰ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

O museu para mim é vida parada. São aqueles objetos que já pertenceram a alguém e estão lá paradinhos, são fotografias, são quadros que retratam a história. É que muita gente gosta de saber como é que o outro viveu, como foi a casa que ele construiu, então se prende muito ao passado. Eu já estou me liberando, estou me desprendendo do passado, procurando ver o que existe no momento, vivenciando muito o momento presente. Faça hoje o dia mais importante da sua vida. Então procuro deixar sempre a vida fluir, viver bem o presente. [...] Então, museu para mim é coisa parada.¹⁶¹

Paulo também é bastante enfático quanto à sua indisposição para frequentar museus e questiona a postura do guia em relação a estes objetos nas duas cidades visitadas (Blumenau e Pomerode):

Ele [o guia] queria ir para ver museu, isso a gente já viu 10 vezes [...]. Vamos para a rua, olhar a rua, olhar as lojas. Como em Blumenau, em que olhamos o Museu da Cerveja, isso é uma coisa que ninguém quer ver, não interessa. Então, que fôssemos para a Rua 15 de Novembro, lá poderíamos ver o comércio de Blumenau, para que ver cervejaria?

[em outro momento] Eu preferia ter ido a lugares mais pitorescos em Pomerode, por exemplo, na sorveteria de Pomerode, na Lugano Chocolates, mas o guia queria ir para museu, então vai sozinho [...] ele só foi na fábrica de louças da Schmidt porque a gente levou, porque nós insistimos em ir para lá, se não ia para museu. [...] é que museu não tem muita novidade. Você vê um, está bom. Museu é coisa morta, não adianta ver coisa morta. Não adianta, a gente tem que ver vida.¹⁶²

Ao mesmo tempo em que Paulo deixa claro que não gosta de ir a museus e prefere o comércio, as lojas [...] ele também quer saber sobre a história dos lugares que visita, exige que o guia saiba lhe instruir e enfatiza o caráter cultural da viagem, alertando a pesquisadora:

¹⁶¹ Idem.

¹⁶² Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

Turismo é aprendizagem também, tu sabias disso? Não é só lazer. É o guia que tem mais esse papel, e também você que tem que estar se informando. Quando eu vou numa cidade aí, eu vou me instruir, eu vou me informar, o que é isso daí, o que é aquilo lá, eu vou perguntar. Turismo realmente tem esse sentido de aprendizagem. Quem fizer turismo só para ver estrela está pobre.¹⁶³

Para uma sociedade que, segundo Lasch (1983), perdeu o sentimento de pertencimento histórico e por isso não reconhece qualquer possibilidade de aprender com o passado ou conhecer os seus valores, é compreensível que o museu, como lugar de preservação da memória, esteja perdendo espaço, ou ainda, que a relação mais íntima que se possa ter com ele seja como mercadoria, produto ou espaço de comercialização. Em análise sobre a subjetividade contemporânea, o autor observa um recuo das preocupações e dos ideais políticos para aquele de cunho pessoal e hedonístico, o que embasa a sua tese de que a sociedade teria desenvolvido uma cultura narcisista, principalmente a partir da década de 1970¹⁶⁴. Como característica dessa cultura, teríamos indivíduos que priorizam demasiadamente o tempo presente e as experiências de prazer momentâneo, em detrimento a um passado que pouco lhes faz sentido e um futuro que tampouco acreditam poder transformar. Assim sendo, é compreensível que a história seja percebida como *coisa morta, coisa parada*, como disse Camila sobre os museus.

Ao contrário disso, é “preciso” preocupar-se com o presente, *viver bem o presente, ver vida*, discurso que muito se adequa ao

¹⁶³ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

¹⁶⁴ Diferente do uso popular do termo, o narcisismo não é analisado por Lasch (1983) como sinônimo de egoísmo e individualismo simplesmente. O autor considera que o desenvolvimento de uma personalidade narcísica é um mecanismo de sobrevivência e defesa contra as inseguranças e instabilidades do mundo contemporâneo, tal mecanismo, no entanto, mascara uma realidade de instabilidade emocional e de superficialidade da vida interior. O conceito de narcisismo é elaborado como uma patologia social, originário das mudanças sociais e não uma característica da personalidade ou psicopatologia. Este tema será melhor desenvolvido no capítulo 5 que trata sobre as relações pessoais dos turistas durante as excursões.

paradigma da educação permanente, que se faz imperativo também para os idosos. Baseado na concepção de homem inacabado, tal paradigma encarna o desprezo pelo passado ao negar um conhecimento adquirido na experiência de uma vida em favor daqueles ditos necessários para um envolvimento ativo na vida social, quais sejam: a novidade, instrução e informação, conforme as palavras usadas por Paulo.

Tal necessidade de formação permanente é reconhecida por Lasch (1983) pelo “medo da velhice e da morte”, característica que identifica na sociedade narcísica e que é definida justamente pela busca incessante do “crescimento” e da “mobilidade”.

No entanto, não observamos uma negação total pelo museu ou pelas imagens do passado na pesquisa realizada, o que há é sua ressignificação como objeto de entretenimento e, neste sentido, mais importante que proporcionar um saber ou a fruição estética, o objeto histórico precisa provocar sensações, no sentido elaborado por Türcke (2010). Assim como demonstramos em relação às experiências com os sentidos, a relação com o objeto histórico é privilegiadamente vivida por meio das sensações.

Não por acaso, há uma maior disposição dos turistas por museus e objetos históricos que estejam integrados à dinâmica do entretenimento, como é exemplo o Museu Mundo a Vapor, o Trem Serra do Mar e o Ônibus Escolar, de 1950. O primeiro trata-se de um espaço com réplicas em miniatura de máquinas a vapor, imitando o processo industrial de olarias, serrarias, pedreiras, apresentando todos os movimentos e funcionamento mecânico, tal como as máquinas de tamanho original. Quanto ao Trem e ao Ônibus são objetos que possibilitaram a interação e o contato dos turistas, com os quais se pode experimentar o prazer extático e efêmero, próprio das sensações do organismo.

Não queremos dizer que o museu não possa mais servir como patrimônio histórico e cultural¹⁶⁵, mas que a relação com ele tem sido sacralizada, no sentido elaborado por Agamben, (2007) quando a

¹⁶⁵ A palavra patrimônio é proveniente do latim *patrimonium* (*pater* = pai e *monium* = valor reconhecido), o qual se aplica “ao conjunto de bens que alguma pessoa ou instituição possui e por isso pode-se falar em patrimônio público, patrimônio privado ou patrimônio nacional” (BARRETTO, 2007, p. 110). O patrimônio é aqui entendido, portanto, como uma herança cultural pertencente a todos, um saber de cunho material ou imaterial relevante para ser compartilhado entre as gerações por permitir a mediação entre o passado e o futuro.

experiência com este espaço se restringe ao seu consumo, como entretenimento, ou quando a dimensão da animação prevalece sobre o seu valor histórico e seu significado cultural¹⁶⁶. A ressignificação da utilização do museu indica que a procura pelos objetos históricos não se caracteriza mais por uma nostalgia do passado. A ligação emocional com os lugares, os objetos e suas histórias cedem lugar à ligação emocional com a novidade, o entretenimento e o consumo.

O comércio

As falas de Paulo já indicaram a terceira categoria de atração turística identificada nos roteiros investigados, trata-se das lojas, do comércio, das feiras e todo tipo de espaço de comercialização de produtos. Apesar de a viagem ser uma mercadoria por si só, os lugares de compras configuram-se como uma atração à parte, como pontos turísticos que compõem os roteiros de forma muito naturalizada e desejada pelos turistas, juntamente aos objetos e às imagens da história e da natureza. Em algumas situações, essas atrações compõem o roteiro oficial, aquele previamente divulgado pelo SESC, como é o caso das visitas à Exponave e à Cooperativa Sanjo em São Joaquim, ambos, lugares caracterizados pela venda de produtos diversos, ligados especialmente às atividades campeiras (artigos de couro, montaria, artesanato) ou derivados da maçã (geleias, compotas, biscoitos).

Porém, mesmo quando os lugares de compras não estão no roteiro oficial, a visita a estes pontos é tão certa, ou mais, do que os próprios pontos turísticos pré-determinados, seja por uma reorganização da viagem pelo guia, por opção individual do turista em substituir a visita a algum lugar para fazer compras ou por pressão dos turistas sobre o guia. O primeiro caso é o mais comum, quando os guias incluem os espaços de compras no roteiro, (ex. Loja Mezalira em Lages, Loja de vinhos e de chocolates em Gramado) ou quando “dão mais tempo” para que se aproveite o comércio das feiras e do centro da cidade durante o *city tour*, o que é altamente valorizado e legitimado pelos turistas, como mostra a fala de Edson, cuja percepção temporal em relação aos lugares

¹⁶⁶ Esta tendência pode ser observada pelo esforço dos curadores e diretores de museus em adaptá-los antes de tudo para serem espaços de entretenimento. Sob o paradigma da interatividade, são utilizados vídeos, projeções, elementos robotizados e qualquer tipo de recurso que permita a diversão do visitante. É exemplo deste “novo conceito” o Museu do Futebol em São Paulo, em que projeções de vídeo interativas permitem que o visitante bata um pênalti ou divirta-se com as mesas de pebolim dispostas nos corredores.

visitados é dada em função das compras: *Achei que o tempo [da viagem] foi bem bom, bem organizado, bem distribuído. A gente teve tempo para olhar, e quem quisesse comprar, comprava, quem não quisesse, não comprava.*¹⁶⁷

A despeito dos guias frequentemente se beneficiarem por meio de comissões financeiras sobre as compras dos turistas nos estabelecimentos comerciais indicados por eles, aspecto determinante para o entendimento do desenvolvimento das excursões, interessa-nos entender a dimensão que a prática das compras tem na viagem, a partir de algumas estratégias tanto dos turistas como dos guias para realizá-la.

No segundo caso apontado, são os próprios turistas que optam por não realizar alguma atividade da programação para fazer compras. Em São Joaquim, um grupo preferiu não acompanhar o guia na visita à Igreja para fazer compras em uma loja local. Outro exemplo se refere a um grupo que deixou de fazer o *city tour* em Pomerode para ir a um *shopping* de Blumenau:

A caminho do restaurante do hotel conversei com algumas pessoas que foram ao *shopping* de manhã. Um senhor diz que já havia ido para Pomerode e que viaja para ver coisas diferentes. Disse que não havia gostado da cidade. Quando pergunto o motivo ele responde-me que achava que Pomerode tinha poucas características alemãs na arquitetura, menos do que ele esperava.¹⁶⁸

Embora a explicação do turista para a substituição que realizou tenha sido a necessidade de ver coisas diferentes, acabou optando por ir a um dos lugares mais conhecidos, em função da sua padronização, por qualquer indivíduo morador das médias e grandes cidades. Mesmo que o *city tour* possa não ser de interesse daquele grupo e, particularmente, o consideramos enfadonho, o argumento do grupo, baseado em “ver coisas diferentes” parece não se sustentar, pois, antes de ser diferente, o shopping é um espaço desterritorializado, que apresenta uma cultura extraterritorial (SARLO, 2000), que a todos é igualmente conhecida, embora acessada apenas por alguns. As logomarcas e etiquetas são pontos de referência universais, não é preciso conhecer o idioma ou a cultura local para a circulação neste espaço, assim ele se torna um lugar

¹⁶⁷ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

¹⁶⁸ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

seguro e confortável, especialmente para o turista, como afirma Sarlo (2000), pois lá ele tem a certeza de encontrar o que já é conhecido e é onde sabe como agir:

[...] do exotismo que deleita o turista até esgotá-lo, pode-se encontrar um repouso em lugares que são familiares, mas não deixam de ser, de certa forma, atraentes, uma vez que se sabe que eles estão no ‘estrangeiro’, sendo, ao mesmo tempo, idênticos em toda a parte. (SARLO, 2000, p. 19).

Para Sarlo (2000), sem essa ambivalência de se estar distante espacialmente ao mesmo tempo em que se sente em casa, o turismo de massa não seria possível. Neste sentido, a extraterritorialidade do shopping ao mesmo tempo em que conforta pela universalidade da cultura de mercado, também se constitui em um dos maiores perigos de se viajar e não “sair do lugar”. Não só os shoppings, mas os meios de transporte (DE BOTTON, 2003), os hotéis, a internet (ORTIZ, 1999) e até os destinos visitados repetidas vezes constituem em espaços desterritorializados, o que confere uma dupla “vantagem” aos turistas: o conforto de estar em ambiente familiar e o prestígio dele ser um “conhecedor” ao mesmo tempo em que está distante das marcas emocionais conservadas no verdadeiro lar, das quais é preciso, muitas vezes, se distanciar¹⁶⁹.

Uma terceira forma das compras “surgirem” como atração turística, como mencionado, é por pressão dos próprios turistas sobre o guia. Após a saída do ônibus do hotel de Gramado para retornar a Florianópolis, duas senhoras insistiram para que a guia parasse novamente em uma loja de chocolates, pois elas não haviam comprado suficiente, a guia consulta o grupo e tem resposta positiva da maioria, que também quer fazer mais uma parada para estas compras. Em outra situação, a pressão de um grupo de turistas não foi por uma parada a mais para compras, mas para a substituição de um espaço histórico por um estabelecimento comercial. O fato aconteceu durante o *city tour* em Pomerode, quando o Senhor Paulo, que não gosta de museu, como vimos, insistiu para que o guia modificasse o roteiro, substituindo o Museu da Imigração pela loja de porcelanas Schimdt. Observamos esta negociação de certa distância, ao fundo do ônibus, e só tomamos conhecimento sobre o que se tratava quando o guia comunicou em voz alta, ainda dentro do ônibus, sobre a alteração do roteiro em função da

¹⁶⁹ O tema dos espaços desterritorializados e sua relação com o turismo volta a ser refletido no Capítulo 5 com De Botton (2003) e Ortiz (1999).

solicitação dos turistas. Outras pessoas próximas a nós também só ficaram sabendo da substituição quando o guia se pronunciou, no entanto não observamos alguma resistência ou desgosto por isso. Ao contrário, “logo após chegarmos à loja, os turistas circularam empolgados entre os corredores, apenas uma senhora ficou no lado de fora e quando perguntei se iria entrar, ela responde: ‘Eu não viajo para comprar, mas para passear’”.¹⁷⁰

Um primeiro aspecto que chama a atenção é que a prática das compras, mesmo em overdose, ganha contornos de uma prática cultural nobre. Para os turistas, não se trata de consumir, mas “conhecer alguma coisa por meio da compra”. Neste sentido, a Loja Mezzalira, em Lages, permitiria o acesso à “cultura gaúcha” por meio dos seus produtos, confecções e artigos tradicionalistas; as lojas de chocolates permitiriam um conhecimento sobre o processo industrial ou artesanal do produto, afinal nunca se diz que se vai conhecer a loja, mas a “fábrica” de chocolate. O mesmo acontece nas lojas de vinhos que, quando não possuem algum tipo de museu, oferecem uma degustação que supostamente permitiria a ampliação dos conhecimentos sobre o produto. Nessa lógica, a loja de porcelana assume as características de um museu ao expor uma infinidade de produtos, das mais variadas formas e cores, as quais os turistas admiram como “obras de arte”. Preocupados em preservar a fama cultural/instrutiva das viagens, guias e turistas firmam um acordo tácito segundo o qual os interesses de consumo serão perseguidos e defendidos como o mais puro e nobre desejo de conhecimento ou enriquecimento cultural.

Assim como a turista que *não viaja para comprar*, Robson parece não gostar da prática das compras na viagem, quando, segundo ele, são em excesso:

Durante o passeio a São Joaquim, já ao final do dia, paramos em mais um estabelecimento comercial, todos descem do ônibus. Robson senta-se na cafeteria do local e observa a movimentação e euforia dos turistas em compras, olha para mim e, fazendo sinal negativo com a cabeça, diz que aquilo está demais, que é só um sobe e desce do ônibus para comprar, e que eu posso observar que são sempre as mesmas pessoas comprando.¹⁷¹

¹⁷⁰ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

¹⁷¹ DC4 - “Colheita da Maçã”.

Referindo-se ao momento acima descrito, durante a entrevista, Robson critica os turistas que compram “sem necessidade”: Quando eu vejo o pessoal da excursão eu fico até meio apavorado, em todo lugar que a gente para, eles compram. Nós não somos assim, não somos consumistas não. A gente compra aquilo que é necessário. Mas a gente vai para ver a cidade, as novidades.¹⁷² Porém, em outro momento, relatando as diversas vezes que foi para Gramado e justificando porque cada viagem era “diferente”, ele assume o prazer que as compras lhe trazem na viagem:

Para Gramado, nós fomos na Páscoa, no Natal Luz e depois fomos numa época normal. Foram momentos diferentes, que tiveram eventos diferentes. Uma vez fomos para lá para fazer compras, eu precisava uma jaqueta de couro, aí já aproveitamos para passear. Pelo simples fato de sair [...] gastar por gastar já é uma adrenalina show de bola, quando você consegue gastar, comprar [...] ¹⁷³

Mesmo não gostando do que julga um excesso de compras, a fala de Robson aponta um sentimento de liberdade no ato de gastar, e experimentar a adrenalina de conseguir gastar parece ser a própria sensação de ter “chegado lá”, de ter alcançado condições financeiras que permitam aquele que é o ato mais sagrado e “libertador” na atualidade: o consumo. Comprar, a nosso ver, é mais uma forma de o turista experimentar, por meio da viagem, práticas correspondentes a camadas sociais superiores, o que se dá em consonância com o conforto do hotel, o requinte do restaurante e a sofisticação do bom atendimento que se recebe. Assim, como a paisagem e natureza intocadas são guias dos turistas, as formas de vida e as práticas da elite também o são, como coloca Enzensberger (1985, p. 222-223):

O hotel é o castelo da alta burguesia. Nele a nova classe usurpa ostensivamente as formas de vida da aristocracia. Seu ambiente é o luxo desenfreado. Enquanto o verdadeiro aristocrata detesta viajar só por viajar, como o camponês, o burguês arrivista exhibe, como viajante, o que em casa não consegue ter. A liberdade para a qual ele pensa fugir como

¹⁷² Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

¹⁷³ Idem.

turista não é apenas histórica ou espacial, mas também a fuga para uma forma de vida que julga socialmente mais elevada. Ele não só procura apenas a História como Museu ou a Natureza como Jardim Botânico, mas a ascensão social na forma de *high life*.

Além de a viagem por si só ser símbolo de status social, chamamos a atenção para o fato de que as compras possuem uma dimensão e uma organização própria na busca da *high life* no interior da viagem, embora não seja exclusividade do tempo/espaço da viagem. Comprar, na forma e quantidade com que fazem os turistas, certamente lhes é algo distante do cotidiano, no entanto, eles se organizam para poder fazê-lo durante a excursão: reservam recursos financeiros para “poder gastar” durante a viagem; encomendam produtos nas lojas que sabem fazerem parte do roteiro; organizam listas, mesmo mentalmente, das compras que desejam fazer ou das pessoas para as quais não podem se esquecer de comprar uma lembrancinha, ou ainda, fazem como Suzana que, em suas palavras, é uma *consumista compulsiva*:

Levei uma mala dobrada dentro da outra para poder trazer mais coisas. Eu trouxe camisetas, imãs de geladeira, vinho, suco, salame, queijo, caneta [...] olha, uma montoeira de coisas [...] todo lugar que eu vou eu trago camisetas, faço coleção de todos locais que vou, imãs também. Vinho eu trouxe porque adoro, sou uma degustadora. O suco foi porque eu gostei. E o chocolate eu trouxe porque agora é época de Páscoa e o chocolate deles é maravilhoso.¹⁷⁴

Entendemos que a liberdade para a qual o turista pensa fugir não é cristalizada apenas na viagem como símbolo de vida elevada, como sugeriu Enzensberger (1985), mas na exacerbação do consumo de tudo o que possa surgir entre a origem e o destino. O tamanho da liberdade parece ser definido, para além da própria viagem, pela quantidade de mercadorias trazidas dela. Isso não significa, no entanto, que não se possa atribuir valor sentimental aos objetos, ou que toda compra deva ser encarada como mero consumismo.

¹⁷⁴ Suzana - Trabalha de secretária, é bibliotecária aposentada, 51 anos, solteira, sem filhos. Mora sozinha. Ensino Superior. Natural de Carazinho e residente em Florianópolis há 33 anos. Viajou com a irmã para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

Circulando entre as lojas de uma *Chinatown* em uma de suas viagens, Cecília Meireles (1998, p.45) divaga sobre o amontoado interminável dos mais variados artigos e questiona:

Que pode o dinheiro do turista pobre, diante destas coisas inesquecíveis que estão sussurrando em modéstia, frágeis e eternas: ‘Leva-me contigo! Sou tão pequena que chego em qualquer parte, e nunca te desencantarás de mim, porque na verdade não presto para nada [...]?’

Na ocasião, a poetisa comprou um pequeno alfanje de osso que, segundo ela, só servia para abrir livros, mas que trazia inscrito três caracteres que significavam *Be Happy*. O “objeto maravilhoso” que a autora julgava estar a sua espera lhe acompanhou por muito tempo, e permitia evocar lembranças da *Chinatown*: um pouco do perfume e do som da voz doce do vendedor desejando votos de felicidade, mas também “as crianças amarelas, os gatos vagarosos, os legumes coloridos e obesos, os velhinhos procurando as nuvens e o chão [...]” (MEIRELES, 1998, p. 48-49). Cecília acreditava que, em posse do alfanje, podia transportar a própria felicidade ou irradiar uma “energia poderosa”.

Para a poetisa, o objeto material adquirido na viagem lhe trazia uma satisfação emocional, o que “não é apenas moralmente legítimo; é psicologicamente indispensável ao equilíbrio afetivo”, como explica Jurandir Freire Costa (2005, p.19). O autor refuta a crença segundo a qual os objetos materiais não podem ser expressão de sentimentos, ou que o ato de adquirir objetos não possa proporcionar a realização afetiva. Ao contrário, Costa (2005, p. 18) sustenta que:

Experiências emocionais ou se exteriorizam em coisas e eventos extracorporais ou desembocam no beco sem saída da psicopatologia. Emoções são feitas de imagens e narrativas de caráter mental, mas também das propriedades que lhes são emprestadas por objetos e situações materiais: peso, cor, cheiro, som, altura, largura e profundidade. Não conhecemos criaturas humanas que não tenham parte de suas emoções extrovertidas nos objetos do ambiente.

Com isso, o autor argumenta que nem todo comprador pode ser identificado como um consumidor, pois cada um atribui sentidos emocionais e sociais diferentes para as mercadorias ou objetos que adquire. No entanto é evidente que a figura do comprador e as

possibilidades para sua prática estão em declínio, em contrapartida à ascensão do consumidor, o que se deve as alterações no perfil moral dos objetos (COSTA, 2005). Se, “a identidade do sujeito emocional tinha como matriz imaginária o museu”, na qual “tudo era retido para que a memória do passado iluminasse o presente e o futuro”, a identidade do indivíduo contemporâneo se delinea, como no mundo do trabalho, pelos contatos humanos superficiais e pelo desapego aos lugares, às raízes e aos objetos (COSTA, 2005, p. 164).

Tendo isso em vista, a apropriação emocional do objeto estaria relacionada, cada vez mais, ao *aparecer social* do sujeito, de modo que “o objeto deve ‘agregar’ valor social – e não sentimental – a seu portador, ou seja, deve ser um crachá, um *passaporte* que identifique o turista vencedor em qualquer lugar, situação ou momento da vida”, como explica Costa (2005, p. 165). Portanto, o desejo do consumo de determinados produtos teriam origem no valor atribuído a ele pelos grupos sociais a que se deseja pertencer¹⁷⁵.

Ainda que o autor use o turista como metáfora, aqui ele serve como imagem fiel da realidade investigada. Embora seja arriscado caracterizar os sujeitos da pesquisa como compradores ou consumidores, entendemos que as suas tentativas de associar o consumo a interesses culturais, a quantidade de mercadorias compradas e de espaços comerciais visitados, a semelhança entre os produtos – que muitas vezes se diferenciam apenas pelo nome da cidade inscrito sobre eles (caso de bibelôs, suvenires, camisetas, imãs de geladeira, artesanatos) – e ainda a compra bastante planejada, mas também aligeirada destes produtos, constitui-se em uma tendência: a aquisição de objetos com a finalidade única de compor uma coleção que se renova a cada viagem e, junto a ela, a identidade e o nível hierárquico dos indivíduos no interior dos grupos sociais.

¹⁷⁵ Em momento anterior, retomando o argumento de Baudrillard, Costa (1986) já havia elaborado que o desenvolvimento do consumo na sociedade contemporânea se dá em função de ser um modo moderno de determinar as diferenças sociais. O argumento contrapõe-se à disseminada tese de que o consumismo teria origem no excesso de produção e na criação de demandas a partir da produção industrial de larga escala, como, por exemplo, apresenta Lasch (1983), para quem o consumo excessivo é uma das principais manifestações da personalidade narcisista contemporâneas.

Os espetáculos

Uma quarta categoria de objetos turísticos envolve shows, apresentações pirotécnicas, festas e festivais que contemplam grandes espetáculos de som, luz e técnica, como o Desfile de Natal na Vila Germânica¹⁷⁶ e a Apresentação Natalina em Curitiba. Essas atividades podem ser pensadas dentro da dinâmica do chamado turismo de eventos. Utilizados como alternativa para o problema da sazonalidade turística, os eventos objetivam maximizar os usos de toda a estrutura hoteleira, promovendo o aquecimento da economia local em períodos considerados de baixa temporada (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

Os dois eventos citados anteriormente consistiam na atração principal dos roteiros de viagem, dando nome, inclusive, às respectivas excursões. Na viagem nomeada “Magia de Natal Blumenau”, o momento mais aguardado foi o Desfile de Natal na rua em frente ao espaço denominado Parque Vila Germânica. O evento consistiu na passagem de blocos de pessoas fantasiadas com vestimentas e adereços de todo o tipo de material e forma que possa lembrar o Natal, fosse por meio das suas representações religiosas (nascimento, estrela, anjos, velas, sinos...) ou das mais comerciais (presentes, brinquedos, doces, papai noel...). O desfile também contava com músicas natalinas, algumas coreografias e pequenos carros alegóricos.

Já o “Natal Encantado Curitiba” consistiu em um show de Natal com apresentação de um coral de crianças, estas posicionadas nas janelas que compõem a fachada do Palácio Avenida, suntuoso edifício histórico da capital paranaense. O espetáculo contou com muita luz projetada sobre o Palácio, músicas em alto volume, entradas e saídas das crianças no peitoril das janelas e também fantasiadas com os elementos natalinos citados no desfile de Blumenau. O evento foi finalizado com um show pirotécnico de cerca de 10 minutos.

A estratégia de organizar eventos para manter ativas as estruturas turísticas em diferentes períodos do ano parece funcionar, pois são comuns os comentários como: “Fui diversas vezes para Curitiba, mas não tinha visto a apresentação de Natal”, ou como diz Olinda: *Para Blumenau a gente vai de vez em quando, mas agora a gente foi*

¹⁷⁶ O Parque Vila Germânica consiste em uma grande estrutura com centro de eventos, restaurantes e uma “vila germânica”, construída com inspiração na arquitetura bávara tradicional. Localizado no Centro de Blumenau, o espaço abriga uma das maiores festas do Estado de Santa Catarina, a *Oktoberfest*, mas também dezenas de outros eventos durante todo o ano.

*justamente para ver o Natal Luz. É como em Itá, a gente já tinha ido 3 vezes, mas o Natal Luz também é coisa nova.*¹⁷⁷ Vilson relata como escolhe o roteiro e também aponta os eventos como um diferencial, explicando:

Normalmente a gente escolhe [a viagem] pelo roteiro. Vamos lá no SESC e nos dizem as viagens que tem. Por exemplo, esta para Itá. Nós já tínhamos ido, mas este ano era diferente, tinha o Natal Luz, outras vezes que eu fui tinha os fogos de artifício. Mas Itá é um lugar muito bom, a gente desfruta das piscinas, o hotel é muito bom, a comida também. Sempre tem coisas diferentes uma das outras.¹⁷⁸

Tanto em Blumenau como em Curitiba as cenas se repetem: chegando aos locais dos principais eventos deparamo-nos com pipoca, balão de gás, vendedores ambulantes [...]. Comércio de comidas, bebidas e artesanato, a impressão é de um grande circo. Seja o desfile temático de rua de Blumenau ou a apresentação do coral infantil no prédio de Curitiba, o espetáculo é da técnica, da potência da luz e do som, da sofisticação dos trajes e adereços e do show pirotécnico. Elementos que aparecem na fala de Ana, que afirma: *eu gostei de tudo, das luzes que eu não tinha visto pessoalmente, da música. Isso foi o que eu mais gostei porque ainda não tinha visto.*¹⁷⁹ Estas características também aparecem na fala de Edson, que relata um cenário próximo ao carnaval, quando descreve uma das viagens em que presenciou os espetáculos de Natal de Gramado:

Durante a apresentação também tem muitos foguetes sincronizados, a gente adora e sempre volta para ver isso. Também tem o Natal Luz, é como se fosse um desfile de carnaval, vamos dizer assim. O centro da cidade fica todo enfeitado de Papai Noel e de árvore de Natal. E tem uma rua lá

¹⁷⁷ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹⁷⁸ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

¹⁷⁹ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

cheia de árvores de Natal patrocinadas pelas lojas.
É muito bonito e a gente vai mais pelo espírito de
Natal e pelo show.¹⁸⁰

Os eventos natalinos são um espetáculo de excessos de estímulos, essencialmente visuais, mas também auditivos. Sua avaliação é realizada em comparação com outros eventos de maior expressão justamente pela capacidade técnica e de entorpecimento dos sentidos. A partir disso Paulo avalia negativamente o “Magia Natal Blumenau”: *Este ano não foi tão bom, porque ano passado teve o Natal Luz, e este ano não teve. Este ano teve desfile, não teve Natal Luz, que é semelhante ao de Gramado.*¹⁸¹ Enquanto Olinda compreende o caráter inicial do mesmo evento citado por Paulo, mas também o avalia como inferior: *Claro que eu gostei muito do que eu vi no desfile, mesmo que estejam começando só agora. Não é nenhum Gramado, a gente sabe porque é um desfile novo, é menor. Mas eu achei lindo, para começar.*¹⁸²

A potência técnica como medida de avaliação das apresentações natalinas e o desejo por imagens e sons que impressionam cada vez mais revelam uma percepção orientada e acostumada à dispersão, mas também uma gratificação artística às expressões de controle, superioridade e dominação do homem sobre os elementos da natureza. Mas nem todos os turistas corroboram a posição daqueles que gostam dos espetáculos de luz e som, conforme descrevemos em outros momentos, Camila demonstra uma sensibilidade que parece se distanciar daquela provocada pela vivência de choque (BENJAMIN, 1994d) e afirma:

Eu não gosto disso, eu não gosto do hotel, não gosto da Ópera de Arame, não gosta de construções, não gosto daquele barulhão que teve na noite de Curitiba com o coral. Muito barulho, muitas luzes. Um ambiente, em minha opinião, muito artificial, que os seres humanos constroem e se vangloriam, se orgulham das grandes obras de

¹⁸⁰ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

¹⁸¹ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

¹⁸² Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

concreto, das selvas de pedra. Eu já penso diferente, eu já penso que essa intervenção humana faz muito mal para o ser humano, porque modifica a natureza.¹⁸³

De forma simples, Camila manifesta como estes eventos carregam consigo a ideia de que os recursos técnicos se constituem em símbolos expressivos dos ideais de progresso e desenvolvimento, compreendidos como sinônimos de bom e melhor e como consequência das decisões racionais dos homens que conduziriam inexoravelmente a melhorias nas condições humanas¹⁸⁴. Ao mesmo tempo em que se coloca contra o ideal determinista de progresso, Camila evoca o discurso romântico sobre a natureza, considerando-a como realidade oposta à cidade ou às práticas urbanas. Mais do que isso, em sintonia com a *naturofilia* (ALMEIDA, 2008), seu discurso sustenta a crítica baseada na oposição entre conservação ambiental e o uso de recursos tecnológicos ou os próprios processos de modernização. Nesse sentido, o natural parece ser concebido em oposição ao humano e ao social, como “um âmbito material e objetivo que existe em si, de maneira exterior ao humano e independente de todo conhecimento. A separação entre o “humano” e “não-humano” tornou-se “natural”, ainda mais que a fronteira divisória entre eles foi traçada pela sociedade dos humanos” (ALMEIDA, 2008, p. 78). Nesta perspectiva, a natureza só pode ser associada com os ambientes que parecem conter/utilizar poucos recursos tecnológicos e, por isso, seriam mais puro, como o rural e campestre.

Assim como nas imagens de natureza, de história, e na aquisição de objetos, os espetáculos parecem assegurar um suposto espaço de liberdade, percebido pelo simples sentimento de acesso aos mais novos artefatos técnicos e tecnológicos – por também serem associados ao sucesso social –, e por provocarem a inserção do espectador no universo artificial da fantasia. No entanto, assim como Benjamin (2012b, p. 205)

¹⁸³ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

¹⁸⁴ Embora não seja possível discutir estas questões neste momento, em *Sobre o conceito de história*, Benjamin (2012g) desenvolve de forma contundente uma crítica à ideia de progresso determinado de modo natural e linear pela historiografia tradicional. O que o autor propõe é uma nova compreensão de história que, “Em lugar de apontar para uma ‘imagem eterna do passado’, como o historicismo, ou, dentro de uma teoria do progresso, para a de futuros que cantam, o historiador deve constituir uma ‘experiência’ (*Erfahrung*) com o passado” (GAGNEBIN, 2012, p. 8).

observa sobre o cinema, os espetáculos são menos “descrição do mundo onírico” do que “criação de personagens do sonho coletivo”. Segundo o autor, uma das funções do cinema seria criar um equilíbrio entre o homem e o aparelho técnico, pois, se por um lado, a tecnização e suas consequências são responsáveis por uma série de tensões nas massas, que podem assumir caráter psicótico, por outro lado:

[...] percebemos que essa mesma tecnização abriu a possibilidade de uma imunização contra tais psicoses de massa através de certos filmes, capazes de impedir, pelo desenvolvimento artificial de fantasia sadomasoquista, seu amadurecimento natural e perigoso. A hilaridade coletiva representa a eclosão saudável e precoce dessa psicose de massa (BENJAMIN, 2012b, p. 205).

Os espetáculos parecem causar um efeito próximo a este, não por representar a ridicularização, a dor e o sofrimento do outro (que também é do próprio sujeito), mas por representar uma situação caricata contrária, da riqueza, do luxo, da alegria exagerada e da prosperidade que a tecnologia e seus efeitos representam. A multidão assiste ao espetáculo por horas na mesma posição, os olhares são atentos e os ouvidos distraídos, a expressão de deslumbre e encantamento a cada novidade (adereços, carros alegóricos, fantasias, recursos) também é o adiamento do apoteótico momento final, que culmina com as palmas eufóricas, o relaxamento do corpo e o sorriso solto, confirmando a grandeza do que foi visto e a certeza de que um momento de “felicidade” foi vivido.

Assim, entendemos que o espetáculo, como o filme, ao atender um desejo coletivo, pode produzir uma “explosão terapêutica do inconsciente”, ou seja, uma sensação de conforto, de alívio dos fardos cotidianos. Quando esta sensação só encontra lugar na representação ilusória do mundo, como na imagem de sonho que os espetáculos (e outras formas de entretenimento) fornecem, quando as condições objetivas dificultam sua concretização na vida diária, tais momentos configuram-se como suspensão da realidade (ou produção de outra realidade), no interior de um período que em si já se constitui como suspensão, que é a própria viagem. Retomaremos esses aspectos posteriormente.

A liberdade que o turista tenta encontrar com a viagem se refere a tudo o que lhe é distante de alguma forma, a natureza “intocada”, a *high life* e, de certa maneira, o progresso técnico, mas cada vez menos a

nostalgia do passado, elementos que, para ele, só se concretizam na forma de entretenimento. Sendo assim, o turismo pode ser compreendido como uma das formas que o sujeito contemporâneo encontrou para tentar superar estas distâncias simbólicas, por meio do deslocamento físico pelo espaço.

3.2 A BUSCA POR OBJETOS “DIFERENTES” E DISTANTES

Como podemos observar, as excursões realizadas não se estruturam com base em apenas um dos quatro objetos turísticos que identificamos, mas na sua combinação. A despeito do modo particular como cada turista se relaciona com estes objetos, cujas tendências mais gerais tentamos minimamente apresentar anteriormente, há um discurso comum sobre eles que se refere ao potencial de serem sempre “diferentes”, argumento que torna as viagens infinitamente justificáveis, pois sempre há uma novidade para se olhar. Assim, Seu Vilson achou diferente os animais e os enfeites natalinos na praça de Pomerode, Robson diz que pode ir 50 vezes ao hotel de Lages que sempre é diferente, o turista que substituiu a programação da excursão pelo shopping justificou que queria ver coisas novas e, assim, cada possibilidade de compra e de mudanças nos eventos e festividades das cidades é qualificada como algo distinto.

Uma das primeiras pretensões assinaladas pelo turista com a viagem é a possibilidade de encontrar diferentes “objetos de olhar” (URRY, 1996) que não são vistos convencionalmente no seu cotidiano, afinal, como afirma Ana, *viajar é ver coisas diferentes*.¹⁸⁵ O “sonho romântico [de liberdade] projetado na distância” (ENZENSBERGER, 1985, p. 214) pode ser hoje identificado neste discurso dos turistas pela busca do diferente, que também é da novidade. Em outras palavras, o que os turistas tentam encontrar de distinto de seu cotidiano é um espaço de liberdade, a partir destes quatro objetos, a natureza, a história, o comércio e os espetáculos.

Aparentemente, as atrações turísticas assinaladas no roteiro divulgado indicam a possibilidade de o turista encontrar o diferente que

¹⁸⁵ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

procura, afinal, cada uma das viagens realizadas era constituída por um elemento para diferenciá-la das demais que os turistas haviam realizado: em Curitiba e Blumenau havia o espetáculo de Natal, em Gramado tínhamos o Passeio Rural e em Lages, a Colheita da Maçã.

No entanto, considerando o turismo como indústria, sabe-se que a diferenciação dos destinos e das atrações são criações a partir de elementos existentes ou produzidos nos territórios – seja natural, cultural, histórico, entre outros –, para que possam ser explorados na forma de turismo. A elaboração de outro espetáculo, outro passeio, ou seja, outra atração para o turista, pode ser compreendida como uma tentativa de captar um novo conteúdo para aplicação de processos de diferenciação mecanizados. Assim como em outros produtos culturais exemplificados por Horkheimer e Adorno (2015), no turismo, os processos de distinção são realizados a partir de critérios meramente técnicos e econômicos, independente do sentido ou do valor objetivo que o objeto turístico possa ter.

Tal diferenciação “mecânica” confere a tudo o mesmo ar de semelhança, transformando os produtos supostamente diferentes na mesma coisa já que a todos é atribuído o mesmo critério de valor. Além disso, o esforço para que eles diferenciem-se entre si “não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los” (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 11), servindo para que toda a “categoria” ou “tipo” de turista sintam-se contemplado. Por meio destes mecanismos, as diferenças entre os produtos aparecem no mercado como possibilidade de escolha, quando, na verdade, elas já haviam sido elaboradas artificialmente prevendo captar determinado tipo de consumidor.

A pretensa especialidade, singularidade, originalidade ou autenticidade dos destinos e das atrações turísticas é produzida para permitir a ascensão da cidade no circuito do turismo (COSTA, 2010), ou mantê-la, como bem mostram os discursos dos turistas que já foram muitas vezes a Blumenau, mas não tinham visto o espetáculo de Natal, ou estiveram muitas vezes em Lages, mas não haviam feito a Colheita da Maçã. A produção de diferenciações entre os lugares leva também à hierarquização entre eles, como vimos no caso de Gramado, destino de maior prestígio entre os turistas devido às produções mais elaboradas de espetáculos de final de ano.

Mesmo que o lugar (cidade, região, país) não tenha um componente turístico em potencial, a “indústria” do turismo o cria, os espetáculos natalinos assim como as experiências do “turismo de experiência”, são exemplo disso. Neste sentido, é preciso considerar que

o turismo, assim como “aquilo que chamamos de bens culturais não têm em si sua própria identidade, mas a identidade que os grupos sociais lhe impõem. O objeto turístico, portanto, em si, não existe. É uma invenção para e pelo turismo [...]” (ALMEIDA, 2008, p. 80). Uma invenção que, segundo Costa (2010, p. 43) “ocorre através do trabalho humano que acarreta na (re)produção de territórios que se ‘homogeneizam’ tão somente pela ‘heterogeneidade’ exigida pelas destinações turísticas.”

O autor supracitado explica que isto ocorre em função de um duplo movimento: se, por um lado, procura-se produzir particularidades localmente, estas são engendradas por uma estrutura universal comum, determinada pela homogeneidade das imagens (do passado, da natureza, da *high life*, como pontuávamos) e cujas significações visam a comercialização e o consumo. Assim, os espaços se homogeneizam ao serem produzidos por meio da criação e incorporação de determinados valores de troca, de modo que riquezas naturais, patrimônio históricos materiais e imateriais, ou qualquer outro objeto, podem ser ressignificados como objetos de uso e consumo (COSTA, 2010). Da mesma forma a experiência turística como prática cultural é produzida como um produto comercializável e, como afirma Urry (1996), adquirida como experiência sociológica¹⁸⁶.

Por meio deste processo de diferenciação, as cidades tentam produzir constantemente elementos que permitam sua manutenção no circuito, porém, alguns destes elementos não possuem só a mesma estrutura, mas também o mesmo conteúdo, deixando ainda mais parecidos os objetos produzidos e disponíveis ao olhar em cada um deles. Por exemplo, nas atrações turísticas relacionadas ao Natal, caracterizadas pelos dois eventos descritos anteriormente e mais na Aldeia do Papai Noel em Gramado, os mesmos personagens, cores e formas se repetiam: luzes em formatos decorativos diversos, símbolos e figuras natalinas construídas com os mais diversos materiais, músicas tradicionais de Natal, neve artificial, miniaturas de casas revestidas com tecidos ou tinta verde, vermelha e branca, animais cercados simulando uma aldeia.

Especialmente nesses casos o diferente almejado na viagem é o sempre igual, o comum, o mesmo disfarçado de distinto, o conhecido

¹⁸⁶ A expressão “experiência sociológica” chama a atenção para o fato de o turista adquirir uma experiência e não produto material, ou melhor, um produto na forma de experiência. O motivo pelo qual o produto pode ser caracterizado como “sociológico” deve-se ao suposto contato com outras culturas ou manifestações sociais que este proporciona.

colocado em outro lugar, mas em princípio distante. São as mesmas luzes, decorações e os mesmos personagens alocados em cidades diferentes. Porém, como as formas e os materiais usados nos eventos natalinos são iguais, a diferença que podem apresentar é em algum detalhe técnico ou o nível tecnológico das decorações, enfeites e atrações. Este aspecto projetado exteriormente ao objeto turístico é o que impressiona e permite ao público estabelecer um critério para sua avaliação, como vimos na fala de Paulo e Olinda, que comparam as festividades de Natal de Gramado e Blumenau, tendo em vista o maior uso de recursos técnicos e tecnológicos do primeiro.

Não apenas os adereços decorativos e as atividades artísticas alusivas a datas comemorativas se assemelham e se repetem. Na viagem turística, mesmo o que é comum passa a ter o prestígio de algo “diferente”: o artesanato, a decoração, as refeições, as lojas e até mesmo os *shoppings*. O transporte, a hospedagem e alimentação, com equivalentes padrões de estética, limpeza, conforto e climatização, recebem o mesmo status. A semelhança dos lugares, a repetição dos objetos, o clichê dos guias, deveriam causar surpresa se não soubéssemos que a produção do turismo segue os esquemas da indústria cultural (HORKHEIMER; ADORNO, 2015), tal como apontamos anteriormente.

No caso do turismo, a sua produção segue três etapas, conforme esclarece Enzensberger (1985). Primeiramente, trata-se de estabelecer e divulgar as regras que não só definem, mas exigem que determinados locais sejam visitados e determinados objetos sejam vistos. Desta forma, explica o autor, a tentativa de fuga é eliminada, as atrações turísticas precisam atrair de maneira imperiosa, de modo a se estabelecerem como um novo dever, uma nova imposição à liberdade que se almejava ao viajar. Assim como determinados pontos turísticos tornam-se regras e paradas obrigatórias, a viagem também se torna prática imperativa para a “felicidade” do sujeito moderno. Às regras de determinação dos objetos turísticos, acrescenta-se a etapa de montagem, expressa pela organização do roteiro turístico, que informa não apenas os objetos, mas a ordem e os horários que estes podem e devem ser vistos (ENZENSBERGER, 1985). A terceira etapa do processo de “industrialização” do turismo é a sua fabricação em série, resultando na organização das viagens em pacotes para grandes grupos, como bem se caracterizam as excursões. A consequência imediata é a *standardização dos produtos culturais* que, apesar de serem diferentes na aparência, possuem em comum os mesmos contornos, as mesmas formas e estruturas.

Não apenas a estrutura material, os objetos e a rede de significações que os envolvem seguem a mesma lógica, os conhecidos *city tours* nas cidades visitadas também se assemelham muito entre si, numa sequência pouco variada entre pátios, praças, igrejas, museus, comércio local e degustação de algo produzido na cidade. A semelhança deste conjunto de pontos turísticos não seria enfadonha em si mesma se a forma como é experimentada não fosse como uma peregrinação destinada à distração e ao consumo, afinal, cada lugar conserva em si particularidades de importância histórica e social, que acabam sendo experimentadas como aquisições para uma “coleção de pontos turísticos”.

Tendo em vista a minha dupla experiência - como turista e pesquisadora - a peregrinação nos pontos turísticos foi sentida, no geral, como algo cansativo e monótono, pois, os segundos ou minutos em cada parada permitiam pouco mais do que a passagem panorâmica do olhar, no máximo a leitura de uma curiosidade esquecida dias depois. Mesmo quando algo me interessava em particular, como uma exposição de artes em um museu em Blumenau e permitia-me sair da posição de pesquisadora e observadora, o entusiasmo e a tentativa de envolvimento eram rapidamente tolhidos pelo guia que alertava para a necessidade de voltar ao ônibus e seguir para o próximo ponto. Prontamente atendia a solicitação, pois tanto como pesquisadora quanto como turista, estava preocupada em adequar o meu comportamento àquele modelo que é implicitamente exigido na excursão, sentia que qualquer atitude fora dos padrões esperados para o contexto poderia ser interpretada como indisciplina e comprometer o passeio organizado dos demais turistas, mas, principalmente, poderia influenciar negativamente minha relação com o grupo.

Para além destes aspectos explícitos de pretensa diferenciação, inerente à indústria do turismo, o que nos parece novo é a atribuição do caráter de novidade mesmo para as coisas mais simples e comuns, como os animais domésticos, os shoppings, as compras, as plantas conhecidas. Inclusive as cenas extremamente comuns, quando observadas em lugar distinto do cotidiano, são frequentemente percebidas como extraordinárias, motivos de registro fotográfico e comportamentos eufóricos, como na situação em que “passa o carro com o Papai Noel tocando o sino. Diversos turistas correm em sua direção com as máquinas fotográficas a postos, sorriem e abanam com empolgação. O

Papai Noel joga balas e os turistas rapidamente procuram recolhê-las”.¹⁸⁷

Talvez estejamos diante de uma situação em que, o esforço de produzir diferenciações nas cidades e nos objetos não seja mais necessário, já que, ao que parece, o caráter espacial do turismo já é suficiente, aspecto que o diferenciaria de outros produtos culturais mercantilizados. O que queremos dizer é que além da distância simbólica (do passado, da natureza, do *high life*, dos espetáculos), a distância física tem se colocado como característica que por si só garantiria a qualidade dos objetos e das experiências no turismo. Neste sentido, independentemente de os traços dos objetos turísticos serem padronizados ou não, a relação com aquilo que está distante já está definida como positiva, excepcional ou superior, qualidades que são projetadas pela distância. Desta forma, diante do presépio em Pomerode, ou das pirâmides do Egito, o turista dá o mesmo sentido para coisas qualitativamente distintas, pois todas são igualmente “diferentes”, pois todas estão distantes.

Ainda que os objetos turísticos e a dinâmica da excursão fossem realmente diferentes, seria preciso uma disposição dos turistas para que pudessem ter uma relação distinta com estes objetos, algo que, talvez, não precise da distância física, como apresentaremos a seguir.

3.3 A POSSIBILIDADE DA DESCOBERTA DO NOVO E DISTANTE

A necessidade da distância física para o encontro com aquilo que se supõe diferente, lembra a questão colocada por Moacir Scliar: “será que realmente precisamos ir longe? Será que o prazer da viagem é proporcional ao número de quilômetros percorridos?”¹⁸⁸ Para Xavier De Maistre (1998), a resposta seria negativa. Trancado por cerca de 40 dias no próprio quarto em função de problemas com a justiça, o francês escreveu o conhecido livro *Viagem ao redor do meu quarto*, transformando os objetos familiares, as atividades habituais, as pessoas da sua convivência e até mesmo seu cão de estimação em objetos de novos olhares, reflexões e divagações. De Maistre mostra uma nova forma de viajar, que depende justamente de uma receptividade na

¹⁸⁷ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

¹⁸⁸ O questionamento de Scliar está em uma crônica disponível em: <<http://www.leiabrasil.org.br/pdf/viagens.pdf>> Acesso em: 05 jan. 2014.

abordagem das coisas e dos lugares que permite com que sejamos sempre surpreendidos. Entre uma das “expedições noturnas” ao redor do quarto, divaga sobre a beleza do céu:

É um encanto, sempre novo para mim, contemplar o céu estrelado, e não tenho que me acusar de ter feito uma única viagem, nem mesmo um simples passeio noturno, sem pagar o tributo da minha admiração às maravilhas do firmamento. Apesar de sentir toda a impotência do meu pensamento nestas altas meditações, encontro um prazer inexprimível em me ocupar delas. Gosto de pensar que não é o acaso que conduz até aos meus olhos a emanção dos mundos inacessíveis, e cada estrela derrama com a sua luz um raio de esperança no meu coração (DE MAISTRE, 1998, p. 124).

Continuando sua reflexão, o autor comenta sobre o sentimento desagradável de saber quão poucas pessoas compartilhavam do prazer que sentia com sua atividade contemplativa, e tece considerações sobre uma situação que hoje é mais do que atual:

Porque o podem ver a toda hora e de graça, fazem pouco caso dele. Se o firmamento estivesse velado para nós, se o espetáculo, que ele nos oferece, dependesse de um empresário, as primeiras poltronas em cima dos telhados teriam um preço incalculável [...] (DE MAISTRE, 1998, p. 125).

Assim como o céu, os mais simples objetos materiais do quarto (da cama à poltrona, do porta-retrato ao próprio sapato) lhe foram fontes de memórias e reflexões. As descobertas que fez sobre aquilo com o que convivera a vida inteira só foram possíveis devido a uma disposição específica para perceber o mundo, por meio de uma receptividade que assim descreve:

A minha alma é de tal modo aberta a toda espécie de ideias, de gostos e de sentimentos; recebe tão avidamente tudo o que se lhe oferece! . . . Por que havia ela de rejeitar os gozos dispersos pelo caminho tão difícil da vida? Estes são tão avaros, tão disseminados, que seria preciso ser louco para não parar, para não sair, até, um pouco fora do caminho, a fim de colher os que estiverem ao nosso alcance. Não há nenhum mais atraente, na

minha opinião, que o de seguir a pista das suas ideias, como o caçador segue a caça, sem se interessar por um caminho certo (DE MAISTRE, 1998, p. 24).

De certa forma, o turista faz exatamente o contrário de De Maistre, se este procurou transformar o habitual em novo, aquele parece transformar a novidade em habitual. Aqui consideramos que o novo e a novidade possuem dimensões diferentes, como explica Benjamin (1994c). Segundo o autor, a novidade está ligada à noção de eterno retorno, de um ciclo infernal que caracteriza o sempre igual dos artigos de massa, produzidos sob o acelerado processo de produção e das técnicas de reprodução. A ideia da novidade é concretizada pela moda (BENJAMIN, 1994c), expressa pela infinita apresentação de novos produtos e na substituição destes no instante seguinte ao seu surgimento. Porém, a dinâmica da moda não está presente apenas nos produtos, é incorporada a diversas dimensões da vida por meio da noção de obsolescência atribuída a toda mercadoria e ao próprio tempo, por isso, Benjamin (1994c, p. 159) diz que a novidade “transforma o próprio evento histórico em artigo de massa”.

Os objetos e pontos turísticos se apresentam (e são percebidos) como novidade, já nascem obsoletos, pois só não são descartados no instante mesmo em que neles se chega (ou se visualiza), pela necessidade do registro fotográfico. O andar rápido entre as atrações do ponto turístico, o retorno precipitado ao ônibus para seguir ao próximo ponto, as perguntas antecipadas ao guia sobre o próximo local a ser visitado, ou seja, a busca por algo sempre novo não é a exceção, mas o comportamento habitual para o turista. Ele vive sob o paradigma da expectativa, importa menos o destino e as atrações do que um mover-se constante, está sempre à espera de sair de casa, de conhecer algum lugar, de ver algum monumento, de fazer a próxima refeição, de descansar no hotel, de voltar para casa e de fazer a próxima viagem, num ciclo de repetição do sempre o mesmo.

Essa disposição para a novidade tornou-se habitual na modernidade¹⁸⁹, ou seja, o hábito não mais se caracterizaria pela

¹⁸⁹ A novidade é característica da modernidade, na qual “o que acabou de acontecer como promessa do novo é corroído automaticamente pelo outro novo [...] Desse modo, Benjamin consegue revelar a modernidade como mito e o progresso como eterno retorno do mesmo (do novo como repetição do mesmo, como morte), denunciando sua potência regressiva e sua força repressiva” (SANTI, 2012, p. 209).

repetição do conhecido com potencial para fazer surgir o novo, mas pela repetição do sempre igual da novidade. Por outro lado, “o novo se opõe ao sempre igual” (BENJAMIN, 1994c p. 172), se opõe ao habitual da novidade, algo que, na análise benjaminiana, Baudelaire conseguiu realizar na sua produção poética, pois ele “arrancava” a coisa do seu contexto habitual e fazia “aparecer o novo no sempre igual” (BENJAMIN, 1994c, p.165).

Ao explicarem sobre os mecanismos da indústria cultural, Horkheimer e Adorno (2015), esclarecem que os ritmos, os espaços e os sentidos são previamente atribuídos aos produtos, de forma a prescrever uma fórmula para que a reação do consumidor seja tomada racionalmente e sem esforço, justamente no âmbito das associações habituais. Assim, quando diz que quer “ver coisas diferentes” o turista acredita poder encontrar o novo, espaço da aventura, mas se depara com a novidade, e com esta sente-se confortável, pois o verdadeiro novo é rejeitado à medida que se coloca como risco de não ser adaptado ao ritmo e à mecânica já automatizada das experiências habituais (HORKHEIMER; ADORNO, 2015). Isso acontece quando, sobrecarregados de informações prévias sobre o lugar visitado, pouco conseguimos descobrir ou nos surpreender, tudo já foi (é) exaustivamente visto, mostrado e explicado.

O que De Maistre tenta fazer é reverter seu hábito já formado e, assim, além de driblar o tédio, rastreia o verdadeiro novo – aquilo que nossos turistas poderiam realmente chamar de diferente. Opondo-se ao sempre igual da novidade, o novo se expressa por meio da (re) descoberta e da criação espontânea, segundo sugere Benjamin (SANTI, 2012). Nosso recluso viajante parece ter exercitado aquilo que a criança sabe fazer com excelência, já que ela “descobre ‘o novo de novo’ e, através dessa *experiência* [destaque nosso], instrui a todos a como fazer o mesmo” (SANTI, 2012, p. 208-209). Se considerarmos esta disposição para a descoberta e para a criação, podemos dizer que não apenas os destinos pré-definidos como os mais “interessantes” podem ser entediantes, como os lugares em que vivemos (bairros, ruas, cidades) podem ser surpreendentes.

A experiência da viagem ao redor do quarto nos sugere que o encontro com o diferente – como dimensão do novo – possa estar para além da qualidade do objeto para o qual se projeta o olhar, e mesmo de sua distância física, ele estaria no envolvimento de quem projeta este olhar, o que abrange, segundo entendemos, mais a capacidade de atribuímos múltiplos significados a mesma coisa do que atribuir o mesmo significado a coisas distintas, como estimula o turismo.

Diferente da distância física desejada pelo turista e a partir da qual ele idealiza encontrar a liberdade, longe de onde vive e de como vive, De Maistre parece ter privilegiado outro tipo de distância, a aurática.

Aqui abrimos um parêntesis para tecer algumas considerações sobre a noção de aura. Em ensaios benjaminianos, a aura aparece primeiramente para definir uma qualidade estética, o que se observa quando no texto *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica* (BENJAMIN, 2012b, p. 184) o autor a descreve como “uma teia singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja”¹⁹⁰. A noção de aura aparece desde o início sob o prisma do seu declínio, indicando as transformações das nossas capacidades perceptivas a partir da modernidade.¹⁹¹

O processo de declínio da aura nas artes apresenta correspondências com o processo de declínio da *experiência* na modernidade (GAGNEBIN, 2012). Assim como a *experiência* transformou-se em *vivência* cotidiana, Benjamin mostra que na passagem das artes auráticas para as não auráticas acontece algo parecido. Embora não seja possível uma demarcação rígida entre os “tipos” de experiências e as formas artísticas, o núcleo de ambos os processos de transformação está na configuração de uma nova percepção e de uma recepção por meio da dispersão, desencadeadas pela necessidade de responder aos choques provocados pelos produtos e estímulos oriundos das novas técnicas de (re)produção e ao ritmo de

¹⁹⁰ De forma um pouco diferente, esta e outras citações sobre a aura se encontram no ensaio *Pequena história da fotografia* (2012f), de 1931, em que a noção de aura aparece pelas primeiras vezes nos textos de Walter Benjamin, embora esteja menos desenvolvida.

¹⁹¹ O diagnóstico de Benjamin (2012b) sobre o declínio da aura nas obras de arte contemporânea não se trata de um lamento, mas da constatação sobre suas características e da compreensão sobre as transformações nas formas de percepção e recepção estéticas. Inclusive, o autor aponta um aspecto positivo em relação à produção das artes pós-auráticas. Como explica, elas poderiam adquirir um novo papel na sociedade, o político, tendo em vista sua capacidade de fazer uma mensagem circular amplamente, alcançando muitos espectadores, por meio da sua reprodução. (BENJAMIN, 2012b). É importante apontar, contudo, que no momento de sua análise (década de 1930), o autor ainda não havia considerado a dimensão de mercadoria que passou a constituir a maior parte das produções artísticas e culturais, e que teria sido foco na análise de Adorno e Horkheimer sobre a indústria cultural (BARRENTO, 2013).

vida industrial, a partir da modernidade. A *experiência* autêntica seria provida de aura em oposição à *vivência*, constituída pelas experiências de choque que também caracterizam as obras pós-auráticas.

No texto *Sobre alguns temas em Baudelaire*, Benjamin (1994d, p.145) faz a associação entre a *vivência* e a perda da aura quando diz que o preço a se pagar para adquirir a sensação do moderno é “a desintegração da aura na vivência do choque”, em referência à tentativa de Baudelaire de expressar elementos da modernidade nos seus poemas. A presença da aura no amplo campo das experiências humanas existe como um “parâmetro estético” que requer “uma atitude de contemplação intensa e desinteressada e a assimilação visceral da realidade” (LIMA; MAGALHÃES, 2010, p.153).

Embora em *A obra de arte...* o foco de Benjamin (2012b) seja a análise das obras de arte, mais especificamente a perda da aura como consequência das inovações técnicas de reprodução, deixa explícita a possibilidade de atribuir a qualidade aurática para outras formas culturais, inclusive, supomos, aos objetos atualmente definidos como turísticos, especialmente quando considera que “Observar, em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte, ou um galho, que projeta sua sombra sobre nós, significa respirar a aura dessas montanhas, desse galho” (BENJAMIN, 2012b, p. 184).

A qualidade aurática está relacionada com o caráter único e autêntico dos objetos artísticos, com a *experiência* do “aqui e agora”, e também a um tipo de recepção estética que exige um *distanciamento* para a contemplação, ou seja, a possibilidade de ter com o objeto “algum tempo de recolhimento ou avaliação” (BENJAMIN, 2012b, p. 206). Com a possibilidade de reprodução técnica em série, esta *distância*, que correspondia ao valor de culto atribuído à obra e que estava articulada às suas características de unicidade e durabilidade, vai sendo eliminada, dando lugar a novas formas de percepção, relacionadas à necessidade de *proximidade* e posse dos objetos que, em outros termos, significa a percepção da obra pelo seu crescente valor de exposição. Conforme explica Benjamin (2012b, p. 184):

Fazer as coisas ficarem mais próximas é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução. E é inequívoco como se diferencia a reprodução,

como ela nos é oferecida pelas revistas ilustradas e pelas atualidades cinematográficas, e a imagem. Nesta, a unidade e a durabilidade se associam tão intimamente como, na reprodução, a transitoriedade e a repetibilidade.

Tendo em vista que o turismo, de certa forma, também se constitui como um meio técnico de reprodução massiva da história, da paisagem, das cidades, dos espaços em que se privilegia o valor de exposição, favorece a formação de uma percepção voltada para a valorização daquilo que é idêntico (conhecido) no lugar do único, e para uma relação de *proximidade* com as coisas no lugar da distância aurática. Esta relação de *proximidade* se manifesta pela necessidade de o turista *aproximar-se* tanto quanto possível do objeto por meio da inquisição de suas medidas, datas que o colocam cronologicamente na história (informações válidas e oficiais), pela sua posse por meio da compra da reprodução em miniatura, pela captura da sua imagem em uma infinidade de produtos como os postais e, obviamente, pela fotografia. A tentativa de apreensão material da paisagem, ou de qualquer outro objeto turístico, não é senão a confirmação da dificuldade de estabelecermos uma relação aurática com o objeto.

A aura “invoca em sua definição a noção de distância intransponível” (AVELAR, 2008, p. 4), por mais próximo que o objeto esteja, não é possível apreendê-lo. As técnicas modernas de reprodução comprometem a aura quando tentam transpor a barreira da *distância*, pela cópia e reprodução, quando transformam o objeto em produto comercializável, atribuindo-lhe o caráter transitório próprio dos bens de consumo (AVELAR, 2008). Nesse sentido, também podemos compreender que retirar a aura do objeto implica em tirar o potencial de livre uso e colocá-lo na esfera sagrada do consumo, no sentido elaborado por Agamben (2007).

A percepção voltada à *aproximação*, ao contato direto com objeto, inserido no contexto de declínio da aura, também se caracteriza pela necessidade de retirada do “objeto do seu invólucro” (BENJAMIN, 2012b, p. 184), o que, na nossa compreensão, significa retirá-lo do seu contexto, destituí-lo da sua história, da atmosfera que lhe recobre de sentidos e significados. Em *Sobre alguns temas [...]*, Benjamin (1994d, p. 137) diz que “o melancólico vê, assombrado, a Terra de volta a um simples estado natural. Não a envolve nenhum sopro de pré-história. Nenhuma aura”. O objeto sem aura é como a terra sem história, é o objeto em seu estado “natural”. De certa forma, o turismo afasta a qualidade aurática dos objetos quando transforma a *experiência* de

conhecer uma cidade em uma visita a “pontos” desta cidade, quase sempre sem conexão entre si. Isolado do contexto e da tradição que lhe envolve e lhe atribui sentido, o ponto turístico passa a ser tão insípido e “frio” quanto o vidro e o aço, nos quais nada se fixa, nem mesmo as marcas do tempo e ou os sentidos dos seus usos, materiais que, por isso, também não podem conter alguma aura¹⁹².

Observamos, no entanto, que o objeto turístico já se torna *próximo* e familiar para o turista antes mesmo de ele sair para a viagem, tendo em vista a profusão de imagens que o obriga ao olhar incessante sobre o mesmo e sob os mesmos enquadramentos. Sobre este aspecto, Benjamin (1994d) menciona o relato de Marcel Proust sobre como a simples menção da palavra Veneza lhe trazia à tona uma infinidade insípida de imagens. A constatação de Proust sobre a pobreza e a falta de profundidade dessas imagens, deve-se, segundo Benjamin (1994d), à ausência de aura que seria própria das imagens registradas no plano de nossas lembranças ou da nossa memória voluntária (*mémoire volontaire*).

Ao refletir sobre as características que distinguem memória voluntária de involuntária, elaboradas por Proust, Benjamin (1994d) observa que a primeira seria composta por fatos isolados e informações que não se incorporam às nossas *experiências*, isso porque são eventos “acabados”, “esgotados em si”, com os quais dificilmente estabelecemos correspondência. A fotografia teria um papel fundamental para o declínio da aura e, portanto, de nossas capacidades em estabelecer correspondências, pois a partir dela se estabelece uma relação meramente visual e voluntária com o passado. A máquina fotográfica apenas “registra a imagem do homem sem lhe devolver o olhar. É, contudo, inerente ao olhar a expectativa de ser correspondido por quem o recebe. Onde esta expectativa é correspondida [...] aí cabe ao olhar a experiência da aura, em toda sua plenitude” (BENJAMIN, 1994d, p. 139), bem como o registro desta *experiência* na memória involuntária (*mémoire involontaire*).

Para além das informações precisas do passado que as fotografias fornecem, poderíamos resgatar a “textura e essência das coisas” (SONTAG, 1981, p. 158) por meio de outros sentidos que podem evocar

¹⁹² Para Benjamin, todo o espírito moderno pode ser metaforicamente associado ao vidro: “Não é por um acaso que o vidro é um material tão duro e tão liso, no qual nada se fixa. É também um material frio e sóbrio. As coisas de vidro *não tem nenhuma aura*. O vidro é em geral inimigo do mistério” (BENJAMIN, 2012c, p. 126).

espontaneamente traços mnemônicos mais intensos pertencentes à nossa memória involuntária, como na situação que nos relatou Ivone:

No portal do Jardim Botânico tinha uma flor que me reportou a minha infância. Quando a gente morava no interior e passava muita fome e muito frio tinha uma flor, tipo pente de macaco, que o beija-flor vivia chupando o néctar e a gente também chupava aquela “aguinha” quando tinha fome. No Jardim tinha uma planta parecida que acho que é bico de galo [...]. Quando eu vi aquelas flores eu fiquei com vontade de chupar aquele néctar, então me reportou o passado.¹⁹³

A fala de Ivone remete à passagem em que Proust também é “transportado” ao passado ao sentir o sabor da *madeleine* (BENJAMIN, 1994d). Ao contrário dos esforços estéreis tentando evocar conscientemente as memórias da sua infância, foi o estímulo proveniente do paladar que lhe despertou involuntariamente o contato com o passado. Enquanto a memória voluntária compreende aquilo que foi expresso e vivenciado conscientemente, tendo a função de fornecer respostas rápidas aos estímulos externos, a memória involuntária compreenderia as *experiências* registradas no plano do inconsciente, independente da “tutela do intelecto” ou de uma atenção aguda para seu registro e evocação, como vimos nas situações citadas.

Viajar pode ser uma oportunidade para nos colocar em contato com algum “achado” que desperte nossa memória, o que nosso ambiente físico e nossas atividades cotidianas pouco favorecem, já que “se reduziram as chances dos fatos exteriores se integrarem a nossa experiência” (BENJAMIN, 1994d, p. 106), estes tendem a se constituir em eventos, acontecimentos que não se integram à vida do sujeito, antes, são estímulos que lhes exigem respostas rápidas e lhes sucedem como vivências de choque.

Além do aspecto mnemônico, é importante reforçar a dimensão relacional contida na noção de aura, não se trata apenas de uma especificidade do objeto em si, mas de uma relação de correspondência, pois “Quem é visto, ou acredita estar sendo visto, revida o olhar. Perceber a aura de uma coisa significa investi-la do poder de revidar o olhar.” (BENJAMIN, 1994d, p. 139). A partir disso podemos entender

¹⁹³ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

que a qualidade “aurática” se refere às *experiências* com o objeto, com algo ou alguém, com os quais estabelecemos relações, seja de consonância ou confronto, para os quais, ao mesmo tempo em que atribuímos sentido, deixamo-nos instigar pelas suas respostas ao nosso olhar.

Nota-se, portanto, que a percepção voltada ao sentimento de posse se altera. Se hoje estamos mais propensos, como fazem os turistas, a somente retirar algo do objeto (informações, imagem, “prestígio”, “sensação de liberdade”), a relação aurática implica numa disposição para deixar-se retirar algo de si, o objeto captura algo em nós, tanto quanto capturamos algo nele. Neste sentido, o turismo parece nos oferecer mais vestígios, do que aura:

O vestígio é aparecimento de uma proximidade, por mais distante que esteja aquilo que o deixou. A aura é o aparecimento de uma distância, por mais próximo que esteja aquilo que a suscita. No vestígio, apossamo-nos da coisa; na aura, ela se apodera de nós (BENJAMIN, 1994a, p. 223).

O declínio da aura configura-se, portanto, como uma problemática sobre a percepção humana mais abrangente que sobre a obra de arte (AVELAR, 2008), e a dialética entre *proximidade* e *distância*, que seu conceito invoca, ajuda na compreensão do turista contemporâneo à medida que este, exemplarmente, busca no distante (fisicamente) uma *proximidade*, mas tem dificuldade de encontrar mesmo naquilo que esteja muito próximo (fisicamente), uma *distância* (afastamento, distância aurática).

Como vimos, a *distância* inserida no conceito de aura, não se refere à espacialidade, mas a uma relação de estranhamento, à capacidade de contemplar, dotar o objeto de sentido, conversar, ser atingido, ser tocado, deixar-se levar pela magia e pelo mistério que ele suscita [...] algo que não se consegue à primeira vista, mas requer repouso e atenção. Algo extremamente difícil no turismo tradicional cuja atmosfera pouco favorece uma *experiência* aurática, tendo em vista, a disciplina e o comportamento exigidos, o ínfimo tempo de contato com os objetos, a desconexão entre eles, seu formato meramente informativo e a semelhança entre si.

Na excursão “Natal Encantado de Curitiba” realizamos um passeio de trem entre as cidades de Curitiba e Morrestes. Esta é conhecida e divulgada (pelo menos durante a excursão) pelas construções históricas de sua região central, pela culinária típica da região do litoral paranaense e pelos pequenos morros que dão nome a

ela. Após almoçarmos, o guia informa que teremos meia hora para passearmos livremente pelo centro e sugere visitarmos a feira e o comércio local, que, alerta, “depende basicamente do turismo”, num tom quase coercitivo para que comprássemos alguma coisa. Saindo do restaurante, andamos uma quadra em direção à praça, de onde vinha o barulho e onde visualizamos uma movimentação de pessoas, para, então, deparamo-nos com a seguinte situação/imagem, certamente familiar para muitos turistas:

[Centro de Morretes] Há muitas barracas azuis espalhadas pela praça e as janelas abertas dos casarões antigos servem de vitrine para todo tipo de objetos de consumo: chaveiros, imãs de geladeira, canetas, pano de prato, enfeite de natal, plantas, pedras ornamentais, utensílios para casa, camisetas, bijuterias, doces diversos, quase tudo ganha a marca da cidade, senão no produto em si, mas nas suas embalagens. Nenhum som pode ser percebido com clareza, mas misturam-se burburinhos, crianças correndo, gargalhadas, gritos de promoção, talheres em contato com a porcelana da louça, panelas apitando, caixas registradoras abrindo e fechando. Não sinto cheiro algum, apesar de algumas chaminés exalarem fumaça. Nada é tocado além dos objetos da feira, que mesmo com toda a semelhança entre si, são revisados, trocados, apalpados, virados uma centena de vezes até que o turista chegue na melhor decisão sobre o chaveiro que mais bem traduza o que ele supõe ter visto na visita, ou que mais ele suponha impressionar o destinatário do presente, e a compra se realize. O morro que deu nome à cidade de Morretes é praticamente imperceptível e serve, no máximo, como pano de fundo para esta paisagem.¹⁹⁴

A partir deste cenário, questionamos: que relações com a paisagem natural são possíveis? Que correspondências podem ser estabelecidas com os casarões antigos? Como podem ser a trocas de olhares com as ruas e calçadas tomadas pelas barracas? Como é o que contemplar frente a tantos estímulos visuais e sonoros? Estas situações e dinâmicas turísticas, assim como já descrevemos quanto ao *city tour* panorâmico, certamente favorecem a um tipo de percepção dispersa,

¹⁹⁴ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

caracterizada pela mudança rápida de atenção em virtude da profusão de estímulos e informações que precisam ser assimilados e respondidos automaticamente, como vivência de choques (BENJAMIN, 1994d). A *experiência* aurática torna-se incompatível a este tipo de percepção descontínua e fragmentária, em que os acontecimentos surgem tão rápido quanto desaparecem.

Apesar deste tipo de percepção ser necessária em alguns momentos da vida para darmos continuidade a uma tarefa, mesmo dispersos, como explicamos no capítulo anterior, quando transformada em regra torna automática as reações e os comportamentos mesmo nos momentos que supostamente teríamos liberdade para nos expressarmos de forma autônoma, como no lazer.

A lógica da dispersão não é apenas procurada e produzida no interior da viagem, mas na integralidade da organização do “tempo livre” dos sujeitos investigados, quando a viagem assume um papel privilegiado, como ocupação necessária deste tempo. Paulo revela a sua “lista” de viagem para os próximos meses: *Sábado agora nós vamos para Porto Belo, depois nós vamos ao reveillon do SESC na Pousada Rural. Depois, a Páscoa na Pousada Rural, o carnaval na Pousada Rural e também na Colheita da Maçã, tudo na Pousada Rural. Isso tudo até março.*¹⁹⁵ Em outro momento, ele retoma as viagens passadas: *Eu já fui umas 6 vezes no Natal Luz de Gramado. Já fui umas 4 vezes na Termas de Jurema, já fui 2 vezes no Natal Luz de Blumenau, fui no Natal de Curitiba, no Natal de Itá.*¹⁹⁶ Já Ivone, explica porque repete tantas vezes o mesmo destino: *Então, em cada passeio que tu fazes [...] tu podes ir 10 vezes para o mesmo local, mas as 10 vezes tu descobres coisas novas porque as realidades se apresentam de muitas formas para a gente. Então, cada vez que tu vais é uma nova realidade.*¹⁹⁷ E Robson revela como a frequência da prática de um determinado tipo de viagem proporciona um saber sobre um comportar-se mais adequado e esperado do turista: *No primeiro cruzeiro que fomos não sabíamos direito aonde ir, onde jantávamos, não sabíamos direito como é que era. A gente*

¹⁹⁵ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

¹⁹⁶ Idem.

¹⁹⁷ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

*perdeu muito, assim, mas serviu de exemplo. Os primeiros cruzeiros serviram de exemplo para os outros que vieram.*¹⁹⁸

Os turistas entrevistados viajam muito e muitas vezes para os mesmos lugares, onde encontram alguma novidade construída especialmente para ser identificada como nova e motivar o seu retorno. O caso do Senhor Paulo, a quem se refere às primeiras citações, é particularmente exemplar do que poderíamos chamar de turista profissional. Ele esteve presente em duas das quatro viagens que acompanhamos. Conhecido de longa data das operadoras de turismo do SESC e, inclusive, de funcionários de hotéis em que já se hospedou diversas vezes, o Senhor Paulo, na sua atividade turística, incorpora características típicas do profissional moderno, eficiente, ágil e disciplinado, ele não quer “perder tempo”: preocupado em ser o primeiro a entrar e sair do ônibus nos pontos turísticos, ele olha e comenta com reprovação o atraso dos demais; sabe com detalhes as excursões organizadas pelo SESC para próximos meses, já tendo escolhido aquelas das quais participará; conhece a maior parte dos pontos turísticos definidos para a excursão, podendo, com isso, explicar para os demais turistas aqueles que “valem” ou não a pena, e até convencê-los a pressionar o guia para irem a outros que têm particular interesse, caso em que a visita de um museu em Pomerode foi substituída pela visita à loja das porcelanas, onde comprou uma caixa de produtos.

Conhecer os lugares que serão visitados durante as excursões também oferece ao turista a vantagem de estar programado para “aproveitar” ao máximo o que aqueles oferecem para a comercialização. Como exemplo, na Colheita da Maçã, o Senhor Paulo levou 2 sacos grandes e resistentes para poder carregar o máximo possível e também encomendara antecipadamente, por telefone, uma caixa de vinho para uma empresa visitada.

Como o diferente almejado na viagem não é realmente diferente, ou uma relação distinta (aurática) dificilmente se concretiza, o turista não se satisfaz, apenas atende a uma necessidade, de forma que o desejo de fazer a mesma ou outra viagem permanece constante. É preciso sempre buscar outra e nova situação, que não é nem outra, nem nova, mas na aparência emerge como tal. Nas palavras de Camila: *o aventureiro busca felicidade em outros lugares, por isso ele nunca para,*

¹⁹⁸ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

*está sempre ativo. Esquece que a felicidade está dentro dele.*¹⁹⁹ O prazer que o turista sente na viagem parece dispersar-se tão logo ele retorna ao local de origem, e está relacionado a um infinito recomeço - próprio daquilo que é novidade - tal como no jogo de azar, cujo prazer serve como “entorpecente” com o qual o jogador procura “embotar o consciente” (BENJAMIN, 1994d, p. 130).

Diferente da imediatez pela qual o prazer é vivenciado, a satisfação plena tem caráter de permanência e é qualidade intrínseca às *experiências* auráticas. Esta, como vimos, depende de um *distanciamento*, da capacidade de estabelecermos correspondências com os objetos, permitindo que ele revide nosso olhar, o que, no fragmento a seguir, Benjamin (1994d, p.137) nomeia como exercício:

Se chamamos de aura às imagens que, sediadas na *mémoire involontaire*, tendem a se agrupar em torno de um objeto de percepção, então esta aura em torno do objeto corresponde à própria *experiência* que se cristaliza em um objeto de uso sob a forma de exercício.

Para este exercício de correspondência, o ser humano possui a faculdade mimética. Como explica Schlesene (2009, p. 149), esta faculdade é apresentada pelo autor “como o dom de reconhecer e de produzir semelhanças para compreender e ordenar o mundo, atribuindo-lhe um sentido: representação e expressão são indissociáveis nesse processo”.

Benjamin (2012a) reconhece que a capacidade do homem perceber e produzir semelhanças tem tido seu campo de atuação reduzido em função das mudanças estruturais da modernidade e das novas formas de temporalidade, nas quais prevalecem as vivências dos choques, amortecidos pela consciência. Como explica, se os povos antigos eram capazes, por exemplo, de perceber semelhanças entre a posição dos astros e os acontecimentos terrenos, por meio da astrologia, hoje, tal capacidade manifesta-se, nos adultos, essencialmente pela linguagem e escrita. Nas suas palavras,

[...] o dom mimético, outrora o fundamento da clarividência, migrou gradativamente, no seu desenvolvimento ao longo dos milênios, para a linguagem e para a escrita, nelas produzindo o

¹⁹⁹ Camila - Funcionária pública e professora de Yoga, 51 anos, casada, sem filhos. Mestre. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o marido para Blumenau e Curitiba. Entrevista em 16/12/14.

mais completo arquivo de semelhanças não-sensíveis (BENJAMIN, 2012a, p. 121).

Embora nos adultos esteja enfraquecida, a capacidade mimética ainda tem forte expressão na brincadeira infantil, pois as crianças estabelecem outras relações com o tempo e com a ordem das coisas. Como diz Schlesener (2009, p. 152-153), a fantasia infantil se produz no mundo vivo dos homens, no qual a contemplação se traduz em sentimento criador [...] É a forma que a criança encontra para dialogar e interagir com o mundo: identificar-se, inicialmente, para, em seguida, decifrar e se distinguir.

Embora enfraquecida, podemos observar a manifestação da faculdade mimética no exercício imaginário que De Maistre fez ao viajar ao redor do próprio quarto, na relação que Cecília Meireles estabeleceu com o alfanje adquirido na viagem e na leitura de Benjamin das diversas cidades pelas quais viajou: a cidade portuária de Marselha, por exemplo, assume a imagem de “Amarela e infectada dentadura de foca, de onde a água salgada escorre por entre os dentes”, enquanto sua população é percebida como uma “cultura de bacilos; carregadores e meretrizes, produtos antropomorfos de putrefação” (BENJAMIN, 2012d, p. 202). Na ocasião de sua visita a Nápoles, não obstante a abrangência da religião católica na cidade, o autor analisa o espírito dos habitantes de algumas cidades italianas da seguinte forma:

A conhecida lista dos sete pecados capitais transferiu o orgulho para Gênova, a avareza para Florença [...], a luxúria para Veneza, a ira para Bolonha, a gula para Milão, a inveja para Roma e a preguiça para Nápoles (BENJAMIN, 2012d, p. 153).

Interagir com o mundo pelas semelhanças significa imaginar uma nova ordem para aquela determinada e milimetricamente controlada, significa a centelha de liberdade e autonomia em uma sociedade que nos diz e impõe o que fazer até mesmo no nosso tempo de lazer. Trata-se de um momento de imaginação e criação, de estar aberto para apreender por meio da sensibilidade, do estabelecimento de uma *distância*. Algo que pudemos observar em situações muito pontuais nas excursões acompanhadas, como quando Robson relata suas percepções sobre o momento que participava da atividade da Colheita da Maçã:

Às vezes a gente “viajava”, pensava quanto tempo aquele pé de maçã estava lá. Eu lembrava aquele detalhe de que era preciso tirar algumas flores

para que as maçãs se desenvolvessem. A gente começa a imaginar as pessoas fazendo isso e que uma maçã que tu pegaste foi uma flor que elas deixaram no pé.²⁰⁰

No lugar da perpétua novidade, expressa pelos turistas que colheram as maçãs tão rápido quanto suas mãos respondiam, avistando em suas mentes a próxima atração a ser visitada, a capacidade mimética contém potencial para a descoberta do verdadeiro novo, por meio da capacidade de reflexão sobre a percepção, pela produção de outros sentidos e significados que não se limitem a apropriações dos objetos turísticos e não turísticos pela mecânica do consumo ou de respostas automatizadas.

A partir dos estudos de Benjamin, podemos interpretar que a imaginação é a forma pela qual um tipo de percepção permite a incorporação dos eventos à memória, e por meio da qual o desejo é permanentemente satisfeito, não se esgota, como o perfume de uma flor, a contemplação de uma obra de arte ou de uma paisagem. O autor entende que os produtos reproduzidos tecnicamente “reduzem o âmbito da imaginação”, como citamos anteriormente, pois orientam a recepção num sentido predeterminado, dificultando as correspondências autônomas entre o sujeito e o objeto do olhar (BENJAMIN, 1994d, p. 138). Com estes objetos só se poderia conquistar um tipo de prazer efêmero, como aquele obtido por meio dos objetos de consumo e que integram as nossas necessidades orgânicas. Este entendimento fica claro na comparação que o autor faz entre a recepção da pintura e da fotografia:

[...] uma pintura reproduziria em uma imagem o que os olhos não se fartam de ver. Aquilo com que o quadro satisfaria o desejo, que pode ser projetado retrospectivamente em sua origem, seria alguma coisa que alimenta continuamente este desejo. O que separa a fotografia da pintura, e o motivo de não haver um princípio único e extensível de criação para ambas, está claro, portanto: para o olhar que não consegue se saciar ao ver uma pintura, uma fotografia significa, antes, o mesmo que o alimento para a fome ou a bebida para a sede (BENJAMIN, 1994d, p. 138).

²⁰⁰ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

Como mostramos em relação ao relato de Proust, para o qual as imagens de Veneza surgiam em sua mente tão logo o nome da cidade era mencionado, a viagem reproduzida em série, juntamente a todos os serviços predeterminados e objetos padronizados, torna tudo tão *próximo* do turista, que já não favorece o *distanciamento* necessário à imaginação, nem, contudo, a satisfação plena²⁰¹, exigindo que uma nova viagem (ou a mesma) esteja sempre em vista. Suzana expressa isto quando diz que *já volta pensando aonde pode ir na próxima vez, porque [a viagem] te dá este ânimo, esta vontade*.²⁰² Dona Olinda vai além e afirma: *Acho que eu não vou mais conseguir me acostumar de ficar um ano sem fazer uma viagem. A gente viaja e no outro mês já está pensando se não tem outra viagem para fazer*.²⁰³

O turismo experimentado pelo contato direto com os objetos, pela *aproximação* e posse (compra da viagem, fotos, souvenirs, informações...), ou seja, sem mediação da fantasia, resulta num tipo de prazer passageiro, pois se trata de satisfazer uma necessidade (tal como “o alimento para a fome ou a bebida para sede”) sempre renovada, e não um desejo propriamente. Segundo Agamben (2005, p. 36), “a necessidade não é mais do que a forma inversa do próprio desejo” e está ligada à realidade corpórea, cujo prazer depende da presença física do objeto, diferente daquele obtido pela mediação da fantasia. Nas experiências caracterizadas pela satisfação de necessidades, o homem encontra diante de si, o mesmo que o eu desejante de Sade: “somente um corpo, um *objectum* que pode somente consumir e destruir, sem nunca se satisfazer, porque nele o fantasma se esquia e se esconde ao infinito” (AGAMBEN, 2005, p. 36)²⁰⁴.

²⁰¹ O efeito nocivo da violação da *distância*, exposto em um verso de Baudelaire, é o mesmo que ocorre “quando o espectador se aproxima demais de um cenário”: “Vaporoso, o Prazer fugirá do Horizonte. Como uma sílfide por trás dos bastidores” (BENJAMIN, 1994d, p. 143).

²⁰² Suzana - Trabalhadora de secretária, bibliotecária aposentada, 51 anos, solteira, sem filhos. Mora sozinha. Ensino Superior. Natural de Carazinho e residente em Florianópolis há 33 anos. Viajou com a irmã para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

²⁰³ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

²⁰⁴ Agamben (2005) entende a experiência a partir da união entre desejo (pleno, ligado a fantasia) e necessidade (ligado à realidade corpórea). Com a ciência moderna, a união é cindida: a fantasia passa a ser entendida como pertencente unicamente ao universo “subjetivo”, “alucinatorio”

O prazer dependente da “presença física do outro como objeto de estímulo ou excitação” e o que sobrevive unicamente ao instante do mesmo gozo é aquele que se aspira em uma sociedade em que o corpo e suas sensações, tendo em vista o ideal da felicidade sensorial, assumem lugar central na formação das identidades, como abordamos no capítulo anterior a partir de Costa (2005, p. 167). O autor reforça o papel da faculdade mimética para as experiências de satisfação obtidas, em maior medida, sob o modelo de felicidade sentimental. Diferente do que acontece na busca pelo prazer físico, expresso pela exacerbação consumista do homem contemporâneo, na felicidade sentimental é possível obter um prazer prolongado, que dura mesmo na ausência física da coisa ou pessoa com o qual se almeja senti-lo, pois, o efeito de sua presença é reproduzível pela imaginação, como rememoração ou antecipação. “Ser feliz, ao modo sentimental, é possuir a habilidade de estruturar a experiência afetiva com narrativas e imagens de lembranças e antecipações que são o estofo do prazer que lhe é típico” (COSTA, 2005, p. 167).

Tendo em vista o padrão de felicidade legitimado nas experiências sensoriais, o indivíduo necessita avidamente da presença e diversificação dos objetos e experiência para o prazer sensível durar, e por isso a viagem nunca é suficiente, ao ponto de elas começarem a tornar-se “efetivamente consumíveis” e “a ganhar o semblante de nutrientes que jamais tinham tido”, como explica Costa (2005, p. 168), corroborando a forma como Agamben (2005) tem qualificado as experiências contemporâneas.

Talvez, mais do que a busca por objetos “diferentes” e distantes espacialmente na viagem, pudéssemos estabelecer relações diferentes com estes objetos, com alguma *distância*, ou com aquilo que tentamos compreender como uma relação aurática, uma forma de entregarmo-nos de modo mais “sensível” e disponível, para que o objeto revide o nosso olhar e possa desestabilizar nossos sentidos já tão enrijecidos. O que De Maistre indiretamente nos sugere é o exercício de mudarmos a relação com os objetos e lugares próximos antes de partimos para longe.

(AGAMBEN, 2005, p. 34), e sua função mediadora é assumida pelo *ego cogito*. Com isso, o desejo muda de estatuto, torna-se insatisfazível, e o objeto de desejo inapropriável.

3.4 A BUSCA POR ROTINAS “DIFERENTES”: MONOTONIA E DISTRAÇÃO

A busca do turista pelo “diferente” não parece estar apenas relacionada aos objetos do olhar, muitos também mencionam a viagem como possibilidade de terem a experiência da quebra da rotina ou de viver ritmos de vida distintos do seu cotidiano. Isso fica evidente na fala de Edson, que se refere à viagem não como oportunidade de “ver coisas diferentes”, mas

[...] de fazer alguma coisa diferente. Porque eu e minha namorada ainda não tínhamos viajado sozinhos, quer dizer, só eu e ela. A gente queria fazer uma viagem para dar uma volta, passear e fazer uma coisa diferente também, porque nessa viagem de trem ela ainda não tinha ido, eu já.²⁰⁵

Vilson aponta a necessidade de mudança da rotina doméstica logo no início da fala, mostrando qual o papel que a viagem teria para isto, afinal *A primeira coisa é que é para sair da rotina de casa. Têm dias que a gente não tem lugar para ir. Às vezes vai à praia, na praça, caminha, mas com uma viagem destas aí a gente já se distrai um pouco mais.*²⁰⁶ Paulo reforça que viajar é algo bom porque *É bom passear. É sair do dia a dia, da rotina.*²⁰⁷

Muitas interpretações sobre turismo se referem à categoria da fuga, a maior parte delas alude a tentativa de o turista escapar de rotinas ligadas ao trabalho formal e a obrigações cotidianas ligadas aos cuidados com os filhos e trabalhos domésticos. Porém, no caso investigado, o perfil de participantes é bem diferente daqueles sobre os quais se referem tais interpretações a respeito do turismo, fazendo-nos indagar sobre qual é a rotina da qual pretendem escapar. Com exceção de Edson, um jovem estudante, solteiro e sem filhos, a maioria dos

²⁰⁵ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

²⁰⁶ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

²⁰⁷ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

participantes das excursões que acompanhamos são adultos e idosos aposentados, com boas condições de saúde e financeiras, que moram sozinhos ou com seus companheiros. Os filhos, daqueles que tiveram, já saíram de casa e não dependem financeiramente deles. Aqueles que ainda trabalham, mesmo aposentados, desenvolvem atividades mais flexíveis quanto ao nível de exigência, assim como horários reduzidos.

A seguir, destacamos três descrições das rotinas dos sujeitos investigados. No primeiro caso, trata-se de um diálogo entre o casal Vilson e Olinda, na sequência, dona Laís, e a terceira descrição é de dona Laura, que fala da rotina dela com o marido:

Olinda – Levantamos às 7h, tomamos café, se tem ginástica fazemos. É duas vezes por semana.

Vilson – Na verdade a gente toma café e já vai dar a caminhada. Quando não dá para caminhar porque a maré tá cheia, a gente vai caminhar aqui na praça e faz academia naquela academia ao ar livre. Caminhamos quase todos os dias, só não caminhamos se chove muito. Voltamos lá por umas 10h e fazemos um almocinho.

Olinda – A gente passa e conversa com um e com outro, aí almoçamos. Depois do almoço é sagrado aquele soninho. E, à tarde, a gente vai para o Centro se tem que fazer alguma coisa, fica um pouco no computador e assim vai passando a tarde. Às vezes caminhamos de novo à tarde, depende. O negócio é não ficar muito em casa. Para pegar a gente em casa não é fácil, não.

Vilson – Eu estou sempre andando de bicicleta, vou umas quatro ou cinco vezes na praia, por dia. Aí fico conversando com os pescadores também. E, às vezes, quando o tempo está bom, eu vou pescar, gosto de pescar.²⁰⁸

Olha, a minha casa é pequena, mas eu gosto de manter em ordem. Eu levanto, escovo os dentes, tomo banho, me ajeito [...] mas, eu só saio de lá [bairro] para pegar carona, eu saía de lá para ir na informática. Então eu arrumo minha casa e vou à

²⁰⁸ Casal Vilson e Olinda - Vilson: Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Olinda: Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

casa da minha filha, assisto a um pouco de televisão. Ela não quer que eu faça nada, mas eu digo que não tenho doença nenhuma. Eu gosto de fazer crochê, pintura e fuxico, gosto destas coisas todas. Aí faço meu almoço. [...] Às vezes também converso um pouquinho com a vizinha, ou telefono, gosto muito de telefonar. Eu telefono para minha outra filha, gosto muito. Eu telefono para minhas irmãs em Recife, para meus irmãos, para minhas amigas.²⁰⁹

Nossa rotina é bem cheia, a gente levanta cedo, comemos alguma coisa e vamos caminhar. Caminhamos todos os dias. Tomamos café e vamos à luta. Eu faço tapetes e crochê para vender e também arrumo toda a casa. À noite eu vou para a aula, faço curso de corte e costura. Quase todo o final de semana a gente vai para uma casinha de praia que temos em Itapema. Aí, quando surgem as viagens a gente deixa tudo para trás e vai viajar.²¹⁰

Embora possuam particularidades, as rotinas compreendem atividades domésticas, cuidados pessoais, atividades físicas e de lazer, além de compromissos familiares. De modo geral, a vida desses sujeitos se caracteriza por ritmos mais lentos do que estavam acostumados ao longo da vida laboral. Mesmo com as mulheres, pois, embora continuem responsáveis pelos afazeres domésticos, o trabalho relacionado aos cuidados com os filhos e o esposo são atenuados, seja pela saída destes de casa ou pelo seu falecimento. Em decorrência disto, os sujeitos demonstram preocupação em se ocupar - *O negócio é não ficar muito em casa*, como diz Olinda - e, inclusive, fazem um elogio ao trabalho, quando Laura enfatiza, com orgulho, a sua *rotina cheia*, e dona Laís diz querer arrumar a casa, pois não tem *doença alguma*. A necessidade de se ocupar é destacada, também, entre os que se encontram no âmbito do trabalho formal, como Suzana:

Eu gosto de ficar bastante em atividade. É que eu me sinto mal [...] nestes anos todos eu sempre

²⁰⁹ Laís - Comerciaría aposentada, 85 anos, viúva, 2 filhos. Mora sozinha. Ensino Médio. Natural de Recife e residente em Florianópolis há 1 ano. Viajou com a amiga para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

²¹⁰ Laura - Dona de casa, aposentada, 64 anos, casada, 4 filhos que não residem com ela. Fundamental incompleto. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o esposo para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

trabalhei e estudei, sempre tive alguma coisa além do trabalho. Sempre estava envolvida com outras coisas. Na outra empresa eu fazia parte da associação e sempre estávamos criando coisas. Então estou sempre tentando ocupar o tempo, isso é fundamental, manter a mente ocupada. Então eu gosto de ocupar meu tempo. A viagem ajuda para isso, especialmente quando você chega a uma certa idade, precisa manter a tua mente ativa, para isso precisa manter ela ocupada. Então, as viagens e outras atividades [...] você tem que ter. Eu também faço parte do condomínio, sou presidente do conselho fiscal, então estou sempre envolvida. Se não o que é que eu vou ficar fazendo? Sentada na frente da televisão? Ou no computador? Não, eu vou fazer outras coisas.²¹¹

A viagem se insere como necessidade que se impõe para um grupo de pessoas que começou a trabalhar muito cedo, mas também se aposentou cedo e, hoje, busca ocupar o tempo com novas atividades²¹². A partir das falas, observamos que a viagem assume a função de distração, assim como as demais atividades com as quais os sujeitos procuram se ocupar, mas se diferencia pelo fato de *distrair um pouco mais*, como disse Vilson.

Do que os turistas procuram fugir, todavia, é da falta de distração, de não terem seu tempo ocupado com diversas atividades ou de não saberem o que fazer com ele, refletindo aquilo que Adorno (2015) identificou como o desamparo das pessoas no seu tempo livre e com a dificuldade de se desligarem do trabalho, mesmo quando não precisam mais dele. Tendo isso em vista, o turismo aqui investigado pode ser compreendido menos como fuga do trabalho e do estresse e mais como fuga de um estado de monotonia, ou de tédio. Longe de ser um fenômeno “natural” no ser humano, tal sentimento é expressão das condições colocadas por um sistema que adentra para o trabalho, mesmo durante o período de lazer (ADORNO, 2015). Se para o grande público

²¹¹ Suzana - Trabalha de secretária, é bibliotecária aposentada, 51 anos, solteira, sem filhos. Mora sozinha. Ensino Superior. Natural de Carazinho e residente em Florianópolis há 33 anos. Viajou com a irmã para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

²¹² Levantaremos a questão do tempo pós-aposentadoria e do que as pessoas fazem com ele no Capítulo 5, aqui, direcionaremos a discussão em outro sentido.

o lazer promove a adaptação a ritmos acelerados da esfera do trabalho, para o público investigado (idosos e aposentados, porém com pouca idade), o lazer e a viagem promovem o retorno a estes ritmos, sem os quais já não conseguem mais viver.

Lovisolo (2003) também confere a ampla presença do tédio atualmente à organização temporal baseada na divisão entre trabalho e lazer, especificamente ao aumento do “tempo livre” e a sua constituição pelas mesmas características e pelos mesmos valores da esfera do trabalho, desde o final do século XIX, nos países industrializados. Contudo, a preocupação do autor não é com o tédio em si, sentimento que sempre esteve mais ou menos presente nas diferentes sociedades e culturas, mas sobre o quê e como temos feito para combatê-lo. Ele observa, então, a preponderância daquilo que chama de “recursos antitédios” gerados pelo mercado – especialmente os centrados nos meios de comunicação como a televisão, o rádio, o cinema, mas também o turismo, o esporte e as compras – daqueles provenientes das relações no contexto familiar, comunitário e religioso (LOVISOLO, 2003). Não se trata, no entanto, de conferir valores diferentes a um ou outro, mas demonstrar que a adesão universal a estes produtos está ligada às suas capacidades de distrair, divertir, passar o tempo e, sobretudo, a combater o tédio numa sociedade que não sabe o que fazer no seu “tempo livre”.

A excursão parece ter se consolidado como alternativa preponderante na tentativa de combate ao tédio entre o público idoso, o que faz por meio da imposição de ritmos acelerados e distrações constantes, que podem ser verificadas, primeiramente, pela quantidade de atrações, paradas e pontos turísticos visitados em cada viagem. O itinerário do primeiro dia de passeio em Curitiba é exemplo do que estamos falando:

Quadro 4 - Demonstrativo do roteiro realizado no dia 13 de dezembro de 2014 durante a excursão “Natal Encantado em Curitiba”

7h - Saída Florianópolis
 12h15min. às 13h30min. - Chegada em Curitiba, almoço no restaurante Madalosso
 14h às 14h20min. – Visita ao Parque Tinguá
 14h30min às 15h - Visita Parque Tanguá
 15h10min às 15h30min. – Visita ao Bosque do Papa e Museu Oscar Niemeyer
 16h30min. às 17h30min. – Visita ao Jardim Botânico
 18h15min. às 19h – Check in e jantar no hotel
 19h15min. às 22h15min. – Programação de Natal no centro de Curitiba

Fonte: Autoria própria.

O desafio da estrutura turística parece ser o de estabelecer uma quantidade de tempo para cada atração que não seja tão pequena que não se possa deslizar os olhos por todos os objetos, nem tão grande que se torne monótona. A organização temporal da viagem à Curitiba parece ter cumprido este objetivo, pois, na percepção de Edson, o tempo em cada lugar visitado *Não foi pouco, mas também não foi excessivo a ponto de ter que ficar esperando um monte. Quanto aos lugares acho que também foi bom, foi o tempo necessário, porque em diversos lugares a gente não tinha muita coisa pra ver. Aí, se ficasse mais tempo ainda, não teria sentido.*²¹³

Assim como a organização do roteiro como um todo, os elementos antitédio são pensados também no interior das atrações. No caso dos museus, além da tendência à utilização de recursos tecnológicos, conforme já comentamos, a inclusão das lojas de *souvenirs* também contribui para que o turista se distraia, tendo em vista a infinidade de objetos para se olhar e comprar, como “elementos históricos”. Não é de se espantar que em algumas situações o maior tempo de visita a estes espaços seja para esta atividade final/primeira. Na situação investigada, nos chamou a atenção as estratégias utilizadas pelo Museu da Cerveja em Blumenau:

²¹³ Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

Na entrada do Museu há um cenário montado com alguns objetos da cultura alemã e alguns adereços (chapéu, bolsa, guirlanda, saia, suspensório, canecas de chope [...]) para que os turistas possam vestir e tirar fotografias. A maioria dos excursionistas parava, ria e convidava outros turistas para fantasiarem-se e fotografarem com as mais variadas poses. Outro grupo circulava entre as peças do Museu lentamente, passando os olhos sobre os objetos. Minutos depois da entrada do grupo, a responsável do local chama os turistas para assistirem a um vídeo, neste momento é auxiliada pelo guia que chama as pessoas que haviam ficado do lado de fora. Metade do grupo se senta em uma sala anexa e a outra caminha para fora do Museu. Após dois minutos do início da exibição do vídeo sobre a produção da cerveja e as cervejarias de Blumenau, algumas pessoas olham para trás, uma delas levanta e fica em pé nas costas de sua cadeira. Algumas saem durante a exibição e antes dos créditos finais as pessoas levantam rapidamente e saem do Museu.²¹⁴

Diferente do cenário para as fotografias, percebemos que a estratégia de utilização do vídeo, apesar de manter as pessoas mais tempo e distraídas no local, não foi suficiente, causando impaciência após alguns minutos de exibição. A própria visita ao Museu já não foi bem recebida pelos turistas, aspectos que exploraremos em outro momento, o que demonstra a “necessidade” do indivíduo por doses cada vez mais fortes e variadas de estímulos.

Além disso, para que pudessem cumprir a função antitédio esperada pelos turistas, o vídeo e o Museu em si precisariam ter alcançado um “estado de meio zero”, como propõe Enzensberger, segundo Lovisolo (2003)²¹⁵, no qual o conteúdo teria que perder

²¹⁴ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

²¹⁵ Embora o olhar de Enzensberger estivesse voltado aos meios de comunicação, em especial a televisão, sua análise tem ressonância para a compreensão das diversas atividades de lazer como já demonstrou Lovisolo (2003, p. 247), ao se perguntar sobre o esporte: “Mas, não ocorre alguma coisa semelhante com o esporte? Qual o conteúdo de um esporte? As regras, seu desempenho e o resultado. Temos que admitir que é um conteúdo limitado. O jogo e o esporte não tratam de, eles estão para ser praticados ou

qualquer importância. A falta de conteúdo das atividades de lazer é, como sustenta o autor, a condição para que o indivíduo possa se entreter, relaxar e manter-se “conectado” à atividade, sendo que aquelas que não atendem a esta condição são excluídas, como parece ter acontecido com as atividades citadas acima. Para manterem-se na atividade, os indivíduos precisam se desconectar, no sentido de negar o que ali está sendo comunicado e o meio “zero” significa esta negação.

Também o período dentro do ônibus deve ser preenchido e ocupado, no caso das viagens acompanhadas. Isso se deu por meio dos jogos organizados pelos guias (bingo, perfil), sorteios, músicas, filmes e muitas informações, como na situação em que após o almoço em Curitiba, dentro do ônibus, “o guia da viagem apresenta Rita, a guia local, e diz que ela não vai nos deixar dormir. Pede nossa atenção para escutá-la e, caso queiramos conversar, que seja em voz baixa, para não atrapalhar os outros”.²¹⁶

Podemos perceber que a viagem é organizada de modo a distrair o turista o máximo possível por meio de estímulos constantes, seja pela quantidade de passeios e atrações, seja com atividades dentro do ônibus ou outras estratégias. Com suas especificidades, o turismo atende e produz mudanças nas formas de percepção parecidas com a que Benjamin (2012b, p. 207) identificou no cinema, em que:

Mal o espectador percebe uma imagem, ela não é mais a mesma. Ela não pode ser fixada, nem como um quadro nem como algo real. A associação de ideias do espectador é interrompida imediatamente, com a mudança de imagens. Nisso se baseia o efeito de choque provocado pelo cinema, que, como qualquer outro choque, precisa ser interceptado por uma atenção aguda.

O turismo também é, em grande medida, constituído por imagens em constante movimento, seja nos chamados *city tours* panorâmicos (de dentro do ônibus), ou na grande quantidade de objetos e pontos turísticos que precisam ser visualizados ou fotografados em poucos minutos. A possibilidade de contemplação ou livres interpretações são interrompidas por novas orientações e informações passadas pelo guia ou até que outro cenário se apresente, numa seleção e/ou sequenciamento de fragmentos de imagens que lembram a forma de

vistos. Não perguntamos sobre de que o trata, como faríamos com um filme ou um livro, perguntamos: como foi o jogo?”

²¹⁶ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

exposição cinematográfica. Desta forma o turista também necessita manter-se atento e responder aos múltiplos choques sensoriais durante a viagem.

A sensibilidade pouco resistente à concentração e à contemplação apresentada pelos turistas teria sido formada ao longo de muito tempo, especialmente devido à fixação exigida pelas máquinas de produção de imagem dos tempos modernos, se podemos nos apoiar aqui no que sugere Türcke (2015). A força da imagem e a onipresença das telas de televisão, computadores e telefones, tanto na esfera do trabalho como no lazer, constituem, segundo o autor, um regime de atenção global que embota a percepção pela contínua excitação fornecida pelos choques das imagens. Se, por um lado, as mudanças intermitentes das imagens amenizam o efeito de choque, habituando o indivíduo à atenção dispersa, por outro, os produtos precisam se comportar de modo a estimular o contínuo despertar, como bem faz o turismo com suas estratégias de manutenção da distração.

É interessante, no entanto, que apesar do grande número de atividades no dia e do pequeno período de tempo reservado para cada uma, nas paradas realizadas nos pontos turísticos, muitas pessoas retornavam ao ônibus com bastante antecendência em relação ao horário combinado. Em alguns casos, mesmo com muitos estímulos para a distração, o tempo demora a passar para alguns. É o caso de um senhor que reclamou do horário da volta do passeio noturno na Vila Germânica de Blumenau. Para ele, as três horas que ficaríamos ali, sendo uma hora assistindo o desfile de Natal, seria muito tempo no mesmo lugar, ele ficaria “enjoado”. O tempo total das viagens, de 2 ou 3 dias, que pode ser considerado restrito para olhares externos, também pode ser sentido como demasiado longo pelo turista, remetendo novamente ao sentimento de monotonia, ao qual tentava escapar, como ilustra a fala de uma turista no terceiro dia da viagem para Gramado, que diz “viagem é assim, três dias já está bom, já estou louca para voltar para casa e ver meus gatos, meus cachorros.”²¹⁷

Por mais que o turista se esforce para se manter ocupado e distraído e que o turismo esteja organizado com um grande número de atividades, antes mesmo que a noite de um dia cheio chegue ou que retornemos ao lar, o turista recai no sentimento de monotonia que o tomava antes de partir para a viagem. Este é o estado que resulta justamente do enfraquecimento da capacidade de imaginação e, portanto, da satisfação plena, impelindo o indivíduo para a busca

²¹⁷ DC3 – “Gramado e Canela”.

constante de novos estímulos, o que o leva a uma via sem saída na qual, segundo a teoria formulada por Schopenhauer, “ou as pessoas sofrem pelo apetite insatisfeito de sua cega vontade, ou se entediam tão pronto aquele esteja satisfeito.” (ADORNO, 2015, p. 109).

A atrofia da imaginação que Benjamin atribui às vivências de choque deflagradas pelas técnicas de reprodução, também é diagnosticada por Horkheimer e Adorno (2015). Para esses autores, porém, este processo é consequência de uma subjetividade determinada pelos artefatos e serviços mercadorizados, constituídos antecipadamente na esfera do consumo para a satisfação de necessidades. Neste caso, a fantasia perde espaço quando o predomínio do detalhe técnico se sobrepõe à obra e às possibilidades imaginativas que ela suscitava. A função que o sujeito tinha de atribuir sentido por meio de uma “multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais” é substituída por meio dos esquematismos planejados pelas equipes que compõem estes produtos e serviços, pensados e organizados tecnicamente de modo que, ao consumidor, não haja mais nada a associar, a fantasiar, que já não tenha sido antecipado (HORKHEIMER; ADORNO, 2015).

O problema a que se refere a dificuldade de as pessoas saberem o que fazer no seu tempo de lazer e nele se realizarem, sem que com isso tenham que simplesmente “ocuparem-se”, ocorre, segundo Adorno (2015, p. 111), em função de que “já lhes foi amputado o que poderia tornar prazeroso o tempo livre”, ou seja, sua capacidade de fantasiar, que não significa outra coisa senão a sua autonomia frente ao mundo e as coisas.

O encontro inexorável entre o turista e o sentimento de monotonia e tédio convida para os poemas sobre viagem de Baudelaire (2003). Frente à pergunta sobre o que teriam visto os viajantes que recém retornavam ao ponto de origem, o poeta imagina a resposta:

Nós vimos vaga
Como a estrela também; e o árido litoral;
E não obstante tanta amargura pressaga,
Por vezes como aqui vimos tédio fatal.
(BAUDELAIRE, 2003, p. 152)

Embora mantivesse um sentimento de ambivalência em relação à viagem (DE BOTTON, 2003), guardando um vivo desejo de viajar, ainda mais sarcástico, o poeta conclui que o resultado da viagem seria a triste pobreza humana:

Saber amargo o que se pode obter na viagem!
O mundo, hoje pequeno e quase sem remédio,
Hoje, ontem, amanhã, nos faz ver nossa imagem,

Sempre um oásis de horror num deserto de tédio!

É preciso partir? ficar? Queres ficar, pois fica;
Parte, se for preciso. Um corre, outro se esgueira,
O inimigo a enganar, de vigilância iníqua,
O tempo! E muitos são estes que sem canseira,

Correm como o Profeta ou o Judeu errante.
Nem nave nem vagão hão de poder bastar
Para fugir do gladiador tão ultrajante.
Há os que o matam enfim sem sair do lugar.
(BAUDELAIRE, 2003, p. 153-154)

Mesmo que a viagem em excursão não se constitua das mesmas atividades diárias que os sujeitos investigados realizam, mesmo que ela possibilite a visualização de cenários naturais e artificiais que não são do seu cotidiano, ou, ainda, mesmo que permita experiências que os libere dos afazeres domésticos, ela também se transforma em rotina. A sequência padronizada do itinerário, que pouco varia entre as viagens, torna-se tão habitual e automática como a rotina do lar: embarca, senta, guia passa itinerário, para, desce, café, sobe, anda mais, desce, *check in*, almoço, sobe no ônibus, para, desce, olha, compra, sobe, anda, para, desce, olha, fotografa, compra, sobe, anda, desce, janta, dorme [...] e repete-se a sequência no dia seguinte.

Independente do objeto de olhar, de modo geral, tudo é vivido sob o mesmo tom da distração, embora sob regras implícitas e explícitas de condutas e horários muitas vezes mais rígidos e exaustivos do que as atividades realizadas quando não estamos viajando. Então, na fuga da rotina, o turista encontra outra rotina, às vezes tão engessada e monótona como aquela da qual ele quer escapar.

Assim como outras formas de lazer, o turismo utiliza dos mesmos sistemas que produzem o sentimento de monotonia: a padronização de ritmos e objetos e o direcionamento das ações individuais por meio da falsa promessa de satisfação (HORKHEIMER; ADORNO, 2015), de modo que a tentativa de fuga do que é monótono lhe arremessa novamente no interior da mesma monotonia, e só pode servir como distração momentânea. Não por acaso a palavra inglesa *hobby*, assim incorporada também no cotidiano brasileiro, é utilizada para designar as atividades de lazer. O termo está originalmente associado a um pequeno cavalo de madeira com base convexa em que as crianças se balançavam, ou eram balançadas, para passar o tempo. A experiência tida no

balançar-se no cavalo de madeira é a mesma obtida em grande parte dos *hobbies* – nas atividades de lazer atuais - ou seja, uma monótona repetição que, ademais de um prazer sensorial, pouco sentido tem a não ser ajudar a passar o tempo, a “matar” o tempo com o qual não sabemos lidar, pois este “deve” estar afastado da produção criativa e de qualquer exercício de subjetividade.

Sendo assim, importa menos a escolha do destino turístico do que a viagem em si. Sair em excursão parece ser uma atividade que alcançou o “estado de meio zero”, conforme o sentido dado por Enzensberger (LOVISOLO, 2003), tanto que a prática bastante comum de viajar inúmeras vezes para os mesmos lugares, como já apontamos, é feita a partir de uma dinâmica expressa pelo Senhor Vilson, quando explica que ele e a esposa começam a *viajar a partir de fevereiro, março, aí recomeça nosso esquema de viajar. Mas a gente não tem ideia para aonde vai, surgem algumas viagens e a gente vai, não tem uma coisa programada, assim.*²¹⁸

O modo como as viagens são escolhidas e a função atribuída a elas pelos turistas investigados permitem caracterizá-las como pseudo-atividades, que, para Adorno (2015, p. 113) significa:

[...] espontaneidade mal orientada. Mal orientada, mas não por acaso, e sim porque as pessoas pressentem surdamente quão difícil seria para elas mudar o que pesa sobre seus ombros. Preferem deixar-se desviar para atividades aparentes, ilusórias, para satisfações compensatórias institucionalizadas, a tomar consciência de quão obstruída está hoje tal possibilidade. Pseudo-atividades são ficções e paródias daquela produtividade que a sociedade, por um lado, reclama incessantemente e, por outro lado, refreia e não quer muito nos indivíduos. Tempo livre produtivo só seria possível para pessoas emancipadas, não para aquelas que, sob a heteronomia, tornaram-se heterônomas também para si próprias.

As pseudo-atividades ganham espaço à medida que o processo autônomo de mediação entre sujeito e objeto pela faculdade mimética, perde lugar para a “mimese compulsiva dos consumidores”, pela qual

²¹⁸ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau.

estes se identificam com a mercadoria, renunciando aos próprios desejos para buscar as necessidades programadas pela indústria cultural, crendo na sua liberdade de escolha (HORKHEIMER; ADORNO, 2015). A diversão, necessária apenas como “satisfação compensatória”, constitui-se como ocupação estéril do “tempo livre” em razão da sua superficialidade, improdutividade criativa e experiência de impotência que ela encerra.

Nessa necessidade de viajar independentemente do lugar e de um desejo propriamente dito, reconhecemos a angústia de Baudelaire, citado por De Botton (2003, p. 43) quando suplica: “Vagão, leva-me contigo! Navio, carrega-me daqui! Leva-me para longe, bem longe. Aqui a lama é feita das nossas lágrimas!”. De Botton (2003) identificou nestes versos o desespero do poeta para apenas sair, fugir da atmosfera parisiense pela insatisfação com as condições a sua volta devido ao processo de modernização da cidade e suas consequências na sensibilidade.

Sejam quais forem as angústias dos turistas que investigamos, a viagem é por eles concebida como um recurso terapêutico, como se ela, de fato, pudesse levar para algum lugar que não fosse feito de suas “lágrimas”:

Ah! E é tão bom para a saúde. Se a gente está doente, quando vai viajar não tem nada. Olha, menina, eu tenho um problema com a coluna, de vez em quando tenho muita dor. Eu viajei para o Chile, foram 22 dias e não tomei nenhum Tandrilax²¹⁹. Então a gente viaja e tudo melhora [...] Claro né, tu estás com a cabeça ocupada. Não tem tempo para ficar pensando tanto, só pensa em coisa boa. Tu estás lá só vendo coisa boa, esquece tudo. [...] Porque quando a gente chega numa idade, tem dor aqui e dor ali e quando sai esquece disso tudo. Parece que a cabeça muda. Por isso é importante, a cabeça muda. Tu esqueces aquelas coisas que te incomodam. E a doença é uma incomodação. Na viagem tu esqueces aquilo ali, tu não tens preocupação com nada, tu não lembras se tu deves algo, se estás pagando. Na viagem tu não estás pensando em nada, só em ver coisas

²¹⁹ Tandrilax é um medicamento analgésico e anti-inflamatório recomendado no tratamento da dor reumática, artrite e contratura. Além disso, pode ajudar no alívio de casos de dor de cabeça tensional. A duração do tratamento não deverá ultrapassar 10 dias, conforme indica a bula do medicamento.

novas, coisas diferentes, coisas boas. [...] Minha mãe esteve doente, então eu cuidava, depois faleceu, aí ficou aquele vazio. Eu estava até meio deprimida e no início não queria saber de viagem, não queria sair de casa de jeito nenhum. Então, a viagem, para mim, foi uma maravilha, eu voltei com outra cabeça, voltei diferente. Aquela tristeza e aquele vazio já tinham passado um pouco. Aquela viagem para mim foi bem importante.²²⁰

O relato de dona Olinda descreve a viagem quase como um tratamento para as dores do corpo e da alma, fazendo desta prática de lazer a própria estampa da felicidade. A narrativa, no entanto, esconde o imperativo de que é “proibido”, pois é “impossível” não ser feliz quando se está viajando, quando, na verdade, por si só, a viagem só pode distrair e anestesiá-la, dois processos que, de forma diferente, um pelo excesso e outro pela anulação, levam a um mesmo resultado, a suspensão da sensibilidade e, no extremo, à suspensão da própria consciência. Nesse sentido, retomando o argumento de Richard Sennett (2003, p. 17) segundo o qual o “Grande consumo de dor ou de sexo simulados serve para anestesiá-la a consciência do corpo”, referindo-se ao gosto pelas lutas esportivas e pela pornografia, talvez possamos nos perguntar se o mesmo não acontece no turismo, se o consumo de felicidade simulada não serviria para anestesiá-la a consciência do corpo, mas também do espírito. No mínimo a viagem serve como um esquecimento provisório da realidade. Dona Laura diz que

Quando eu vou viajar, esqueço das coisas, não fico preocupada, esqueço do serviço e do trabalho. Eu fico lá bem descansada, desaparecem as preocupações. Eu acho que todos quando viajam esquecem a casa e os problemas do dia a dia. Até antes de voltar eu penso assim, ai ai ai [...] vamos ter que voltar para a vida real.²²¹

Robson relata de forma ainda mais enfática e imperiosa o dever do turista em suspender a realidade:

²²⁰ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

²²¹ Laura - Dona de casa, aposentada, 64 anos, casada, 4 filhos que não residem com ela. Fundamental incompleto. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o esposo para Gramado. Entrevista em 27/03/15

Quando entramos no ônibus, a gente deixa isso daqui tudo de fora. Nós só lembramos quando recebemos um *WhatsApp* ou um telefonema. Eu não lembro que tenho um cachorro grande aqui, outro pequeno lá, é meu filho que vem aqui cuidar deles. Eu não quero nem saber. Pegou fogo na casa? Deixa pegar, depois a gente resolve. O bom do passeio é tu consegues dividir as coisas, consegues esquecer. Às vezes a gente diz que está com saudades das netas, mas isto é de vez em quando. Todo o problema que a gente tem a gente esquece, e tem que ser assim. Tá devendo? Deixa para resolver quando chegar lá, agora vamos viver o momento. É assim que se vive, é assim que se faz. Tem que esquecer tudo aqui e viver lá, depois você vive aqui.²²²

Embora Baudelaire também insinue uma fuga da realidade, a diferença do poeta para nossos turistas é que ele estava consciente de que encontraria o mesmo “horror” do qual tentava escapar independente para onde fosse, tanto que, mesmo vendo o declínio da experiência humana engendrada pelas transformações da modernidade, como disse Benjamin, ainda assim conseguiu dali fazer poesia, dando “expressão à beleza dos lugares e máquinas da viagem moderna” (DE BOTTON, 2003, p. 43).

O turista, ao contrário, nega os problemas, as dificuldades, acreditando encontrar a felicidade no alheamento da própria realidade, tarefa que as atividades que o distraem executam com perfeição. Mais que um dever, no entanto, o exercício que faz o turista, ao suspender a realidade, parece uma necessidade real para que recupere as forças e a sanidade para continuar sobrevivendo. Nesse sentido, da viagem como suspensão da realidade, podemos concebê-la como fuga, embora não concretizada, afinal, se ela alcançasse sucesso no que se propõe, se de fato em nada lembrasse o trabalho ou a monotonia que caracteriza os produtos culturais mercantilizados, não seria necessária a fuga da fuga, que acontece no interior da viagem com a saída proposital do roteiro, ou com o dia “livre” na programação.

A primeira situação supracitada se refere aos momentos em que pequenos grupos de turistas se afastam do guia e dos locais onde o

²²² Robson – Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

grupo “deveria” estar ou nos momentos quando as normas implícitas e explícitas de comportamento estão mais relaxadas, como acontecia nas refeições noturnas, em que já não havia horários e orientações a seguir. A segunda refere-se aos dias em que não há programação determinada e os turistas decidem o que fazer, seja dormir, conversar, participar de alguma programação do hotel, sair para andar pela cidade, observar a vegetação local, ou fazer nada. Não por acaso, a nosso ver, estes se constituíam entre os momentos mais agradáveis das viagens, quando o tempo e o espaço disponíveis favoreciam encontros informais e conversas despropositadas entre os turistas.

Não podemos julgar em que medida estas práticas eram realizadas de modo autônomo e produtivo a ponto de as caracterizarmos em oposição às pseudo-atividades, mas a condução do tempo de lazer e da vida como um todo requer uma dose de liberdade de ação para a sua realização, que pudemos perceber nestas situações de “fuga da fuga”. Segundo Adorno (2015, p. 110),

Sempre que a conduta no tempo livre é verdadeiramente autônoma, determinada pelas próprias pessoas como seres livres, é difícil que se instale o tédio; tampouco ali onde elas perseguem o seu anseio de felicidade, ou onde sua atividade no tempo livre é racional em si mesma, como algo em si pleno de sentido. O próprio bobear [*Blödeln*] não precisa ser obtuso, podendo ser beatificamente desfrutado como dispensa dos autocontroles.

A realização de uma vida plena de sentido, da qual as pessoas não precisassem fugir ou utilizar recursos compensatórios depende do grau de autonomia e da capacidade de reflexão crítica com a qual conseguem viver suas experiências, sendo que, para isso, a faculdade mimética, como tentamos mostrar ao longo do texto, tem papel fundamental. Se as pessoas pudessem, por meio da fantasia, criar, produzir, realizar e se satisfazer no seu tempo livre, “se não estivessem encerradas no sempre igual, não se entediariam” (ADORNO, 2015, p. 110).

Temos considerado, até aqui, o tédio como um produto, um sentimento que nasce da nossa sensibilidade acelerada e da monotonia que caracteriza as pseudo-atividades. A monotonia é a qualidade daquilo que é estandarizado, é ausência de variação, o *ar de semelhança* presente em todos os produtos da indústria cultural (HORKHEIMER; ADORNO, 2015).

Diferentemente desse processo, do tédio como resultado das condições sociais e culturais, Benjamin (1994c) lhe confere uma dimensão positiva, quando pensado como um estado de espírito que se move contra o que é monótono e aos velozes ritmos dos processos de produção que tomam a vida. Concebido dessa forma, o tédio corresponderia a uma disposição desacelerada, que permitiria a apropriação e a contemplação, bem como a capacidade de associações mediadas pela fantasia, e, portanto, a satisfação plena. Essa disposição é aquela que acompanha a produção artística no geral e poética, o que fica claro quando o autor a identifica como o “fundamento decisivo da produção de Baudelaire”, a quem se liga uma “sensibilidade extremamente elevada a uma contemplação extremamente concentrada. Teoricamente, essa relação se reflete na doutrina das *correspondances* e na doutrina da alegoria” (BENJAMIN, 1994c, p. 166).

No sentido benjaminiano, o tédio proporcionaria ao espírito um estado comparável ao que o sono permite ao corpo: “Se o sono é o ponto mais alto da distensão física, o tédio é o ponto mais alto da distensão psíquica. O tédio é o pássaro de sonho que choca os ovos da experiência” (BENJAMIN, 2012e, p. 221). Nessa situação, o autor descreve o estado de ânimo propício à narração e à escuta da história narrada, devido ao total envolvimento de quem dela participa. Aí se percebe, simultaneamente, atenção concentrada e distensionada, favorável ao registro das histórias narradas na memória. Quando prevalece a atenção distraída, como se observou nas excursões e nas atividades que a compõe, pouca coisa dela o indivíduo consegue levar gravada em sua memória, pois “é a fantasia que confere à memória as correspondências” (BENJAMIN, 1994c, p. 162), e esta é uma faculdade que há tempo ele abandonou.

4 A RELAÇÃO DA VIAGEM COM O CONHECIMENTO: “COMO DIZ UM COLEGA, VIAJAR TAMBÉM É CULTURA”

É na experiência moderna que viajar passa a fazer parte das práticas culturais e formativas das elites europeias, superando o caráter prático das antigas viagens de exploração e comercialização. Partindo de alguns exemplos históricos, que dizem sobre a presença da viagem na formação humana, neste capítulo procuramos analisar em que medida e de que formas este aspecto permanece e é percebido pelos turistas contemporâneos, além de ponderarmos sobre o pretenso conhecimento que a prática turística proporcionaria.

Inicialmente, precisamos considerar que a concepção formativa da viagem emergiu como parte de um contexto mais amplo de formação do homem burguês europeu. Na Inglaterra do século XVII, a viagem já aparecia no projeto de educação do filósofo John Locke, cujos pensamentos repercutiram significativamente nas classes emergentes de seu tempo e exerceram influência no modelo de educação e de ciência do século XVIII (SANTOS; GÓIS, 2009). Com objetivo de preparar o homem para os novos tempos políticos e culturais da sociedade burguesa liberal e distanciando-se das concepções educacionais que viam a aprendizagem como algo dado quase que naturalmente, Locke introduziu a concepção segundo a qual a educação se concretizaria no exercício da reflexão e que a fonte do conhecimento era a experiência sensível, para a qual a disciplina tinha um papel fundamental, conforme explicam Santos e Góis (2009). Nesse sentido, continuam as autoras, as viagens surgiram com o propósito de o homem conhecer diferentes realidades e sujeitos, como parte da dimensão intelectual e instrutiva do projeto de educação proposto por Locke, do qual também faziam parte as dimensões físicas e morais.

Para a cultura alemã, a viagem também foi tomada como parte importante do ideal de educação burguesa, especialmente por meio do que expressa o conceito *Bildung*. Como explica Rosane Suarez (2005), o termo alemão carrega a ideia de um processo dinâmico de formação e autoformação do indivíduo, no qual viajar fazia parte. Diferentemente de um elemento de instrução, como se apresentava na perspectiva de Locke, a autora esclarece, com base em um artigo de Antoine Berman²²³

²²³ A autora se refere ao texto *Bildung et Bildungsroman* publicado em 1984 pelo autor francês Antoine Berman. Segundo Suarez (2005), Berman ainda é pouco estudado, mas tem sido reconhecido por suas reflexões críticas sobre os problemas da tradução. O texto acima referido, inclusive, tratar-se-ia de

que a viagem se associa à formação cultural (*Bildung*) à medida que permite a prática da alteridade, ou seja, quando o viajante entra em contato com diferentes culturas, valores e hábitos para, então, compor a sua identidade. Nas palavras de Berman (1984²²⁴ apud SUAREZ, 2005), o viajante “experimenta aquilo que ele não é” para tornar-se o que realmente é ou para reconhecer ou reencontrar a si mesmo. Na nossa interpretação, o autor chama a atenção para um exercício de estranhamento do outro e do distinto que a viagem proporciona como experiência da alteridade, mas também de estranhamento do mesmo, do conhecido e de si próprio.

Exemplo máximo da importância que a viagem adquire no ideal de formação burguesa é o surgimento do fenômeno social *The Grand Tour*, expressão pela qual passou a ser denominado o costume iniciado nas altas camadas sociais britânicas, em que jovens empreendiam longas excursões pela Europa, como parte essencial da sua educação. Segundo Romano (2013, p. 34), o *Tour* era realizado com intuito de propiciar aos jovens o conhecimento da vida mundana e promover a distinção social, principalmente em relação a uma “mentalidade utilitária da burguesia ascendente, exaltando valores da gratuidade, entre os quais o das viagens sem obrigação”.

Quanto aos destinos, não poderia faltar a metrópole parisiense, devido à quantidade de atividades e novidades que compunha a vida social local, além de todos os confortos e facilidades que as condições da época ofereciam (SALGUEIRO, 2002). As cidades italianas também eram destinos certos, com destaque para Roma, por abrigar as ruínas da capital do antigo império e possibilitar o contato com a história da civilização, aspectos que, nas palavras de Salgueiro (2002, p. 303) além de fornecerem “matéria para a descrição e o estudo”, também alimentavam a fantasia sobre aquele período histórico. A importância de Roma pode ser sintetizada pelo relato de um conhecido viajante do *Grand Tour*, Johann W. Goethe, que em sua viagem à Itália, entre 1786-1788, explica que:

[...] Noutras partes, tem-se de procurar o que é significativo; aqui, ele se impõe sobremaneira, inundando-nos. Caminhando-se, parando aqui e ali, por toda parte descortinam-se à nossa frente

um rico estudo sobre a tradução associada às possibilidades conceituais da expressão *Bildung*.

²²⁴ BERMAN, Antoine. **Bildung et Bildungsroman. Le temps de la réflexion.** Paris: [s.n.], 1984.

paisagens de todos os tipos, palácios e ruínas, jardins e matas, amplidão e exiguidade, casinhas, estábulos, arcos do triunfo, colunas, e, com frequência, tudo junto e tão próximo que se poderia desenhar o conjunto numa única folha de papel. Mil lápis seriam necessários para registrá-lo, de nada nos vale uma única pena! E, quando a noite chega, está-se exausto de tanto contemplar e admirar (GOETHE, 1999²²⁵ apud SALGUEIRO, 2002, p. 294).

As dimensões instrutivas do *Tour* estavam presentes na preparação, durante a viagem propriamente dita e nos resultados apresentados no retorno do *tourist*. A leitura de autores clássicos renascentistas, especialmente de arte e de arquitetura, assim como o contato com relatos de viagens e ilustrações de “vistas” a lugares faziam parte dos preparativos e compunham uma espécie de guia turístico (SALGUEIRO, 2002). Nos locais visitados, explica Salgueiro (2002), predominava o contato direto e intenso com a população que orientava os turistas em relação a pontos específicos de monumentos, paisagens naturais e ruínas históricas, bem como facilitava o acesso a colecionadores e obras de arte, tendo em vista que os museus públicos só vieram a existir a partir do século XIX, como parte da ideia de uma educação pública. O conhecimento da história, da arte, da arquitetura e da literatura clássica conferia prestígio intelectual ao viajante, o que se consolidava com a elaboração e publicação de diários e ilustrações.

Embora continuem fazendo parte do desenvolvimento do turismo até hoje, as viagens motivadas pela formação, explica Enzensberger (1985, p.212), vão perdendo espaço e importância, além de que seus sentidos teriam se alterado, segundo o autor: “para o jovem cavalheiro, o mundo que precisava ser conhecido era *le monde*, ou seja, a sociedade distinta e não um cânone de monumentos culturais”. Embora, inicialmente, no *Tour*, o objeto de conhecimento fosse o próprio sujeito, o que se dava por meio de um processo de autoformação e alteridade (*Bildung*), bem como pela experiência relacional com o mundo e sua cultura, num segundo momento, quando o *Tour* começa a ganhar as vestes do seu sucessor, o turismo, o objeto de conhecimento privilegiado passa a ser as coisas do mundo por si mesmo, pela sua exterioridade, não pelos seus sentidos e significados. Talvez possamos falar que na

²²⁵ GOETHE, J. W. **Viagem à Itália**: 1786-1788. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

transformação da viagem em turismo temos a passagem de ideais formativos para objetivos de reconhecimento e identificação de objetos do olhar.

Apesar de diversas mudanças nas condições e nos sentidos das viagens, o discurso sobre sua capacidade de proporcionar a “ampliação de horizontes” e o “conhecimento” das diversidades culturais permanece como imperativo nos anúncios turísticos dos mais variados tipos de viagem: “Venha conhecer no Paraná o Primeiro Parque Histórico da Erva-Mate do mundo. O mate é amargo, mas também é cultura e lazer”²²⁶. “Imagine um lugar com paisagens deslumbrantes, rica cultura e povo acolhedor. Bem-vindo a Sergipe. Um novo destino. Uma nova emoção”²²⁷ ou “Você está convidado para uma viagem cultural fascinante. Europa com arte.”²²⁸ Independente da natureza da viagem, do destino e até mesmo de seus objetivos específicos, o ato de viajar parece conter um poder quase mágico de enriquecimento espiritual ou formativo que vimos reforçados no imaginário dos turistas, aqui, investigados, muito em virtude da associação direta entre ver e conhecer, conforme desenvolveremos à diante.

Antes disso, um primeiro aspecto a ressaltar diz respeito aos elementos da viagem que são considerados culturais, ou promovedores de conhecimento pelos turistas entrevistados. Robson aponta alguns destes elementos, ao relatar uma viagem ao Rio de Janeiro:

O interessante do passeio do Rio é que têm vários pontos turísticos, o teatro, o museu, estas coisas que a gente gosta de ir porque além de conhecer adquire uma cultura, até a partir do que os guias vão contando. Isso é muito importante para a gente adquirir conhecimentos, não só o passeio em si que já é glamoroso, mas o próprio conhecimento que as pessoas vão passando sobre

²²⁶ A propaganda está disponível em: <<http://www.propagandaemrevista.com.br/propaganda/4215/>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

²²⁷ A propaganda está disponível em: <http://www.linkpropaganda.com.br/?attachment_id=1187>. Acesso em: 10 jun. 2016.

²²⁸ A propaganda está disponível em: <<http://www.ineditapropaganda.com.br/marketing-digital/a-nova-identidade-visual-do-grupo-fligen/>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

a cidade, sua história, sobre os museus. Isso é o que a gente acha muito interessante.²²⁹

Embora a “aquisição cultural” não tenha sido mencionada como objetivo ou motivação para as excursões, este componente era lembrado pelos turistas quando fazíamos alguma pergunta específica, ou como uma consequência fortuita e ao mesmo tempo inevitável da prática da viagem. Após descrever os problemas que teve em uma viagem de ônibus ao Chile, dona Olinda lembrou que:

[...] também tinha a parte boa, de tu estar conhecendo outras culturas, outros lugares [...] eu nunca imaginei que eu ia para lá ver neve, meu Deus e tantas coisas lindas, a comida, a alimentação já é toda diferente, tudo é diferente, e tudo tu aprende. Pega até receita diferente. [...] Pois é, viajar para fora tem estas dificuldades da língua, de entender. Os pratos tinham uns nomes que a gente não sabia o que é que era, às vezes eles conseguiam explicar. Mas tudo é bom né, é novidade.²³⁰

Mas não é preciso ir longe para que os turistas tenham a sensação de enriquecimento cultural que dona Olinda expressou. O menor deslocamento para locais onde não residam por si só sugere o contato entre “culturas” distintas, como afirmou seu Vilson:

Em todo lugar que eu vou eu pego a minha máquina e tiro fotos daqui e dali, até de passarinho que não tem aqui eu tiro foto. Então tudo isso aí é um aprendizado para a gente. Como diz um colega, viajar também é cultura. Eu gosto de viajar por isso, para conhecer coisas novas, lugares diferentes. Tu podes viajar para muitos lugares, mas todos são diferentes uns dos outros.²³¹

²²⁹ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

²³⁰ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

²³¹ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

De modo geral, as falas nos apontam que os “conhecimentos” que os turistas consideram presentes durante as viagens dizem respeito ao que chamam de cultura, sendo que esta é entendida ora em sentido estrito, quando associada a museus, exposições, artes, manifestações folclóricas, ora é generalizada para tudo e qualquer coisa que possa se diferenciar daquilo que lhes é familiar e cotidiano. Embora nosso entendimento de cultura esteja associado a uma dimensão mais ampla, que envolve o conjunto de regras sociais, a organização dos hábitos e formas de vida de uma população²³², nossa proposta não é discutir sobre este multifacetado conceito, mas chamar a atenção para o fato de que, na prática turística que acompanhamos, os artefatos comuns (de diversão) eram frequentemente ressignificados como objetos de “conhecimento” e, ao mesmo tempo, os elementos da cultura eram ressignificados como entretenimento.

Desde a “desconhecida” espécie de passarinho, mencionada por Vilson aos museus mencionados por Robson, tudo parece ser colocado num mesmo grau de relevância cultural, caracterizando o turismo, como já dizia Urry (1996), pela variedade e banalidade dos objetos de interesse visual e também de “valor cultural”. A disposição do turista em atribuir a mesma importância a tudo que se coloca a sua frente parece se consolidar à medida que todos os objetos são percebidos como objetos de diversão e entretenimento, sejam eles artefatos culturais ou não, sejam as mais belas obras da pintura clássica ou a nova decoração de Natal de Pomerode.

²³² Divergimos, portanto, da concepção de cultura restrita às belas-artes, bem como aquela que denomina de bens de consumo como bens culturais produzidos num processo de mercantilização engendrado pela “indústria cultural”. Ao nos referirmos ao sentido amplo de cultura temos em mente uma concepção dinâmica, que envolve a gestação, produção e reprodução de hábitos e práticas sociais, e simbólicas que, conforme elabora Costa (2010, p. 86), a partir de Thomson, abarca padrões de “significados incorporados nas formas simbólicas e materiais, que incluem ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças”. Muitos estudos têm se dedicado a esta dimensão ampla da cultura, analisando as relações entre os turistas e a população local, os impactos e efeitos positivos e negativos do turismo sobre as culturas locais, inclusive na participação do turismo em um processo de aculturação, que diz respeito a mudanças nos sistemas de valores, comportamentos e expressões culturais das comunidades que ele envolve. Para mais informações sobre a dialética de destruição e fortalecimento da cultura pelo turismo ver Barretto (2007).

Por um lado, quando as atividades de tirar foto do passarinho, ver a neve, circular pelos prédios históricos, assistir às danças folclóricas e tudo àquilo que é próprio da dimensão do entretenimento adquirem o prestígio de bem cultural temos uma “espiritualização forçada da diversão”, como afirmam Horkheimer e Adorno (2015), numa tentativa ilusória de fusão entre arte e mercadoria, cultura e diversão²³³. Por outro lado, a aproximação com a história, a cultura e o folclore tendem a se realizar por meio da caricatura, do estereótipo e das generalizações (a fachada dos prédios históricos, os objetos que chamam a atenção visual no museu, as encenações e danças “típicas” de uma localidade). Nesse caso, os objetos da dimensão espiritual passam a ser experimentados como diversão e, como diz Sarlo (2000, p. 19), passam a valer menos os sentidos do que os significantes. A autora se refere à relação dos indivíduos com a história no caso dos *shoppings* centers de intenção preservacionista, aqueles instalados em prédios históricos e que conservam partes da estrutura arquitetônica original. Embora não tenha sido visitado durante nossas excursões, recordamos do Shopping Estação de Curitiba, que conserva a fachada da antiga Estação Ferroviária da cidade e abriga o Museu Ferroviário do Paraná²³⁴.

Paradoxalmente à “finalidade” de manutenção do patrimônio histórico material, a história presente na estrutura destas construções não serve para outra coisa a não ser para decorar, ela é “tratada como *souvenir* e não como suporte material de uma identidade e uma temporalidade que sempre apresenta ao presente seu conflito” (SARLO, 2000, p. 18). Como vimos, não são apenas os prédios que conservam as

²³³ No conhecido texto *A Indústria Cultural...*, Horkheimer e Adorno (2015) apontam que a arte e a cultura autêntica caracterizam-se por serem expressões únicas, cuja produção e recepção consistem numa multiplicidade de sentidos e interpretações, enquanto que os produtos culturais mercadorizados, pertencentes ao entretenimento, estão encerrados no sempre igual dos conteúdos e formas, impedindo sua recepção crítica e criativa. A crítica dos autores não se direciona à existência da cultura de massa ou ao seu uso propriamente, mas ao fato de que no âmbito da indústria cultural a tudo é atribuído a condição de mercadoria e entretenimento, inclusive os produtos culturais autênticos.

²³⁴ Conforme consta no site do Shopping, o Museu é indicado em uma lista que integra as atividades de lazer do estabelecimento, juntamente com Campo de *Airsoft* (campo de simulação de combates com réplicas de armas militares), *Kids Park* e *Magic Games* (equipamentos eletrônicos de diversão). Informações obtidas em: <<http://www.shoppingestacao.com.br/Lazer>>. Acesso em: 08 jan. 2017.

marcas da história em suas fachadas que são tratados como *souvenir*, mas também os próprios museus e outros espaços de memória, à medida que, nesses locais, a história também é um detalhe transformado em produto pela sua transformação em ponto de “peregrinação” turística, pela produção de cartões postais, pelos registros fotográficos [...]. Enfim, em entretenimento.

Quando os elementos da história, natureza e cultura assumem a função de entreter, eles podem servir muito bem para nos distrair com curiosidades e, assim, passarmos o tempo, mas dificilmente podem se constituir em objetos de conhecimento, ou como algo mobilizador da nossa dimensão espiritual. Isso exigiria nosso envolvimento, interesse e investimento de tempo e estudo, incompatíveis com o tipo de prazer intenso e passageiro que proporcionam as práticas de diversão, inseridas na moral do espetáculo, como propõe Costa (2005). Segundo o autor, o desenvolvimento desta moralidade constitui uma dimensão da cultura somática e diz respeito ao papel que o espetáculo assumiu, especialmente pela publicidade e pela mídia, na determinação do que tem valor e o que merece a nossa atenção para sermos felizes e darmos sentido à vida.

A satisfação sensorial é um desses valores e ela se realiza especialmente no entretenimento, via pela qual supostamente alcançaríamos a felicidade e para a qual são deslocados os bens culturais no turismo. O problema da moral do entretenimento é quando ela não se restringe a um momento de repouso e diversão e “monopoliza a participação social e habitua o indivíduo a se eximir de pensar eticamente sobre o que acontece” (COSTA, 2005, p. 232), já que ele dá preferência às experiências de prazer individual e momentâneo. A indiferença pelo mundo que, segundo Costa (2005, p.232), “reside na disposição psicológica que temos para negar o que é incômodo” também pode ser reconhecida na insensibilidade e desinteresse do turista frente a possibilidades de compreensão ou contemplação espontânea que vão além da dimensão sensorial, na qual se encontram os objetos do entretenimento.

Na situação de turismo de excursão que investigamos, o pretenso conhecimento e os valores culturais atribuídos à prática de viajar também estão relacionados à experimentação de elementos do estilo de vida das camadas economicamente superiores, bem como das celebridades e dos modelos de sucesso que encontramos na mídia, o que se constitui em outra face da moral do espetáculo (COSTA, 2005). Ao contar sobre uma viagem de Cruzeiro e ser questionada por nós sobre o

que conheceu durante esta experiência, dona Ana respondeu com empolgação:

[...] fomos a Salvador, Ilhéus, fomos naquela ilha que tem a casa da Xuxa, do Toni Ramos. Eu fiquei rica uma semana, quando voltei, fiquei pobre outra vez. É maravilhoso, tinha música, tirei uma foto junto ao comandante. Ele que me puxou. [...] Mas é música [...]. Tudo que tu imagina. Em cima, no 13º andar é só piscina, feira, comida à vontade. Tem de tudo que tu podes imaginar, roupas, joias, tudo.²³⁵

A aparência suntuosa de parte de uma cidade visitada também chamou a atenção de seu Arthur que relatou impressionado a beleza e a imponência dos prédios residenciais da cidade de Torres: *Em Torres tem prédios de 30 andares. Tinha um prédio desses ao lado do hotel e eu até perguntei para o cara que estava trabalhando na frente como é que era por dentro. Adorei Torres, queria ir outra vez. [...] Lá a gente ia andando e admirando tudo aquilo.*²³⁶

Em outras falas e na nossa própria percepção da viagem, observamos que os turistas valorizavam experiências correspondentes a estilos de vida de extratos sociais mais altos: a experiência de ser servido (no restaurante, no hotel), o desfrute do “tempo livre”, o acesso a ambientes sofisticados [...]. E, inclusive, mudavam de postura para mais bem atender a esta demanda, o que observamos pela maior disponibilidade para consumo e pelo uso de vestimentas mais refinadas que o comum.

A partir disto, podemos compreender que, no caso investigado, o reconhecido papel da viagem de aproximar o sujeito da diversidade cultural de outros povos ou comunidades é substituído, em certa medida, por sua aproximação a produtos culturais e às práticas de consumo de outros extratos sociais e de valores pertencentes à moral do espetáculo. Não se trata de desqualificar a busca por prazer extático e por experiências de conforto corporal que algumas práticas e alguns produtos pertencentes ao entretenimento podem oferecer, mas

²³⁵ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

²³⁶ Arthur - 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

reconhecer que, assim como o indivíduo que tenta participar da vida espetacularizada pela imitação do corpo fisicamente perfeito das celebridades²³⁷, o que o turista faz quando adota esta moralidade “nada lhe garante, exceto a fantasia de pertencer a um mundo do qual está, na realidade, inapelavelmente excluído” (COSTA, 2005, p. 231-232).

Embora a moral do espetáculo tenha ressonância nas práticas e nos valores cultivados pelos turistas, também observamos casos em que os interesses demonstrados por eles não se firmavam em função, unicamente, do divertimento ou da distração, nem tampouco do atendimento aos ideais do entretenimento. Assim como admirou a sofisticação dos prédios, ao andar por Torres e Gramado, seu Arthur também atribuiu valor ao trabalho realizado na madeira por artesões da região e explicou seu interesse: *Eles pegam muita coisa de madeira velha e fazem coisas bonitas [...] Eu gosto de trabalhar com madeiras, reformar móveis velhos. Eu gosto de fazer coisas com resto de madeira velha.*²³⁸ De fato, durante a entrevista que realizamos em sua casa, seu Arthur nos levou em cada cômodo para mostrar móveis e objetos que construiu a partir de pedaços de madeira e móveis usados, mostrando que, muitas vezes, as vivências mais significativas nem sempre são aquelas destacadas no cartaz do pacote turístico ou experimentadas como satisfação sensorial, como determina a moral do entretenimento.

Além dos elementos que constituem os “conhecimentos” adquiridos na excursão, procuramos analisar as formas pelas quais este processo se realiza. Como apontamos inicialmente, independente do objeto ou local a ser visitado, o turismo envolve o imaginário de uma apreensão “automática” da realidade, no qual a visão e a informação possuem papel central, e sobre as quais seguimos nossas análises.

²³⁷ Segundo Costa (2005), o corpo, em sua aparência, é o principal, senão o único, referente dos estilos de vida espetacularizados que o sujeito comum consegue imitar para tentar sentir-se de alguma forma socialmente inserido. Daí decorre o culto contemporâneo a um corpo perfeito por meio de esforços desmedidos com exercícios físicos, dietas, cirurgias plásticas, entre outras práticas que compõem uma “guerra encarniçada contra o próprio corpo para torná-lo signo imaginário de um modo de vida ao qual jamais terão acesso.” (COSTA, 2005, p.230-131).

²³⁸ Arthur - 69 anos, casado, 4 filhos que não residem com ele. Ensino Fundamental. Natural de Angelina e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

4.1 A VISÃO E A INFORMAÇÃO COMO FORMAS DE “CONHECER” NA EXCURSÃO

No Capítulo 2, que trata da produção dos sentidos, assinalamos que grande parte dos “conhecimentos” referidos pelos turistas está relacionada à visão, especificamente à crença da capacidade de apreensão histórica ou cultural a partir da experiência visual obtida em museus, monumentos e atividades artísticas das localidades que visitam. Olhar uma paisagem, um objeto ou qualquer coisa que aparente ser diferente do cotidiano, ou que esteja colocada em um lugar diferente, como acabamos de mostrar, é entendida como uma aprendizagem nova e importante.

Além da crença em um poder mágico atribuído à visão, Chauí (1988) reflete sobre o que chama de “vínculo secreto” entre o olhar e o conhecimento. Se, como vimos, usamos a visão para nos referir ao conhecimento sensível de outros sentidos, quando dizemos, por exemplo, “olha esta música”, também a usamos como aporte de um conhecimento inteligível, ao afirmamos que é preciso conhecer para “clarear a vista” (CHAUÍ, 1988) ou quando Ivone diz que a viagem é o melhor investimento que alguém pode fazer, *porque o resto tudo fica no mundo, mas o conhecimento, o que tu vês e o que os olhos contemplam ninguém te rouba, é um investimento que ninguém te rouba, tu morres com isso.*²³⁹

O laço entre ver e conhecer foi expresso inicialmente por meio do verbo grego *eidô*, que significa um “olhar que se tornou cognoscente e não apenas espectador desatento” (CHAUÍ, 1988, p. 35). Nesse sentido, quem vê, vê e sabe, vê e conhece as formas interiores e exteriores das coisas, conhece a ideia referente às coisas, diferentemente de um olhar fortuito. A autora esclarece que a visão como conhecimento (*eidô*) era dependente da linguagem, já que o pensamento também se constitui pela mediação das palavras. Por isso, a descrição das paisagens, como propôs John Ruskin (DE BOTTON, 2003), pode funcionar como um recurso que permite não apenas ampliar o nosso olhar, como também a nossa compreensão sobre os lugares – fazendo com que seja visto aquilo que todo mundo olha sem ver – à medida que descrever é transformar uma imagem em palavras e pensamentos.

²³⁹ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

Mas, no contemporâneo, explica Chauí (1988), a visão estaria deslocada da linguagem e, portanto, do conhecimento. A cisão entre olhar e linguagem, com a subestimação da segunda em detrimento à sacralização da primeira, é própria do projeto cartesiano de ciência moderna, a partir do qual a visão passou a coincidir com a razão e, consequentemente, com a verdade, como explica a autora. O olhar também passou ser entendido como o mais nobre e universal dos sentidos, pois, por meio do que ele nos fornece passamos a definir os parâmetros de ordem, regularidade e padronização, tanto para o desenvolvimento da atividade científica como para a reorganização urbana, influenciando todos os outros aspectos da vida.

A criação do telescópio e do microscópio teve papel fundamental nesse processo de ressignificação da visão, à medida que garantiu um alcance inimaginável para este sentido, permitindo a propagação da ideia de que a visão é por meio dele a melhor forma de conhecer. Mas, como argumenta Chauí (1988, p. 55), o aspecto essencial, no caso do telescópio, “não é que aproxime ou aumente objetos, mas que transforme o próprio ato de ver, fazendo-o resultar do ato de conhecer, depositado no instrumento.” Sinteticamente, o ensaio de Chauí (1988) sugere uma diferença entre olhar e ver, sendo que o primeiro se refere à apropriação do objeto do olhar como verdade, em concordância com o projeto cartesiano da razão, resultando em evidência, já o segundo se refere a uma relação entre o objeto do olhar e o pensamento, mediada pela linguagem, resultando em conhecimento.

Ao observar um grupo de turistas no Museu do Louvre, em Paris, Cecília Meireles (1998) faz uma distinção entre as formas de ver que bem expressa o que queremos dizer. Primeiro, a cronista aponta a centralidade deste sentido, inclusive quando o principal objetivo do turista é um pretenso conhecimento histórico e cultural:

[...] trazida pela justa publicidade das agências de turismo, e, algumas vezes, arrastada por sugestões históricas, pelo interesse do estudo e da compreensão, uma turba numerosa e respeitosa invade os museus, com os seus casacos e as suas bengalas, com pluminhas nos chapéus e crianças pela mão. Por muitos que sejam, vão num grande silêncio, com grandes olhos preparados para o ato solene de “ver” até o último centímetro da entrada, e todos os demais centímetros da propina. (Não sei bem por que, mas dá-me vergonha, empregar aqui a palavra gorjeta). [...] quanto a mim, deixo-me ficar para trás, espero que a onda passe, que a voz

do cicerone não pese mais nos meus ouvidos. Bem sei que não sou capaz de ver nada do que me mostrem, nem de entender nada do que me expliquem (MEIRELES, 1998, p. 291).

Mas, ao mesmo tempo em que critica um olhar que a tudo quer devorar, mas que pouco pode conhecer, a autora enaltece outro, que “dialoga” com o que vê:

Tudo quanto aprendi até hoje – se é que tenho aprendido – representa uma silenciosa conversa entre os meus olhos e os vários assuntos que se colocam diante deles, ou diante dos quais eles se colocam. Nessa atmosfera de confiança, tudo me parece penetrável e inteligível. Mais tarde, em silêncio maior, a conversa continua, e é simplesmente um profundo monólogo. O que resulta tudo isso, é, para mim, a aprendizagem (MEIRELES, 1998, p. 291-292).

Esse paradigma da visão ajuda a entender a relação entre visão e conhecimento estabelecida e relatada pelos turistas. A dificuldade de os turistas se expressarem verbalmente *sobre* o que viram – e não apenas *o que* viram – reflete a dissociação da antiga articulação entre visão, linguagem e conhecimento, como sugeria o conceito de *eidô*. Ao contrário, a correspondência direta que fazem entre olhar um museu e conhecê-lo, ou conhecer a história que ele conta, por exemplo, se aproxima da ideia da coincidência direta entre visão e verdade, neste caso, olhar até o último centímetro é conhecer até o último centímetro.

A suposta autenticidade da realidade produzida pelo ato de olhar é ratificada pela fotografia, que não só armazena e comprova o que foi visto, como expande o conhecimento sobre esta realidade a partir dos novos ângulos e do alcance que proporciona. Os registros fotográficos (da fachada, da placa com inscrição do nome dos locais, do passarinho, do grupo de turistas ...) constituem-se, no entanto, mais como ficção do que conhecimento, à medida que a porção arbitrária e pequena de tempo e espaço que eles fornecem se configura mais em “um convite inexaurível à dedução, à especulação e à fantasia”, como diz Sontag (1981, p. 22). O máximo que a fotografia poderia influenciar no conhecimento seria, como já apontamos no exemplo sobre os quadros de van Gogh, o de “despertar consciências e, finalmente, em jamais ser um conhecimento ético ou político” (SONTAG, 1981, p. 23). Essa impossibilidade se dá pela condição de mudez da fotografia, como expõe Sontag, reafirmando a importância da linguagem (seja verbal ou

escrita) no processo de compreensão daquilo que se vê, não para explicação da aparência da coisa em si, mas para o esclarecimento da sua dinâmica no tempo.

Ao mesmo tempo em que tal condição da fotografia implica na ausência de narrativa e, portanto, na ausência de compreensão da realidade, também determina a

[...] aceitação do mundo tal como a câmera registra. O que, porém, é o contrário do entendimento que já começa por não aceitar o mundo tal como ele é. Toda a possibilidade de entendimento está enraizada na capacidade de dizer não (SONTAG, 1981, p. 22).

Mais do que nos negar conhecimento, a exposição da realidade somente pela fotografia é uma forma de omissão perante o mundo, de tentativa impossível de compreendê-lo para podermos nos posicionar, pois ela por si só não emite opinião, tanto menos um saber.

Tendo em vista às dificuldades de o turista dizer *sobre* o que quer que seja em relação à viagem e por fazer coincidir visão e verdade (também pela fotografia), podemos propor que ele olha sem ver, pois o conhecimento que ele diz obter na viagem não é mais do que os seus olhos podem verificar e, sem a mediação da linguagem, em última instância, ele coleciona evidências e não conhecimentos.

A atribuição da visão como forma naturalizada e automatizada de conhecimento é reforçada pelos turistas quando comparam os conhecimentos adquiridos na viagem com aqueles aprendidos na escola. Suzana é bastante clara nesta comparação ao dizer que *O bom seria se todos pudessem viajar e conhecer novos lugares e novas pessoas, além de conhecer novas histórias, não as histórias que estão nos livros, porque quando tu viajas e conheces os locais tu vês que é bem diferente do que estudamos nos livros.*²⁴⁰ Já no fim da entrevista, Paulo lembra que *viajar também é aprendizagem* e reclama sobre o ensino escolar:

Porque o grande problema é que eu passei um tempo na escola, mas não sei nada de Santa Catarina. Muita coisa que eu sei sobre Santa Catarina aprendi no turismo. Por exemplo, essa nossa viagem agora. Eu não sabia que o Hercílio

²⁴⁰ Suzana - Trabalha de secretária, é bibliotecária aposentada, 51 anos, solteira, sem filhos. Mora sozinha. Ensino Superior. Natural de Carazinho e residente em Florianópolis há 33 anos. Viajou com a irmã para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

Luz tinha se refugiado em Blumenau para governar Santa Catarina. Eu não sabia isso, porque a escola não conta isso. [...] Mas uma coisa que eu elogio viajar é isso aí, é o conhecimento, a abertura de horizontes. Abertura de um conhecimento que você não tem na escola, que é uma pobreza.²⁴¹

A superioridade que atribuem aos conhecimentos aprendidos por meio da prática turística deve-se, possivelmente, ao fato de a viagem possibilitar a visualização concreta de algum objeto ou de uma paisagem, o que nem sempre é possível no modelo de educação formal. Em outras palavras, a ideia de que a viagem proporciona um conhecimento superior àquele adquirido na escola, parece se dever à oportunidade de visualizarem os objetos e deles obterem informações.

Compreendemos que uma viagem tem potencial para exercer, em muitas situações, o papel educativo de apresentar concretamente realidades de difícil apreensão teórica e nem sempre oportunizadas na educação formal, porém a estrutura do turismo impede isso ao favorecer, entre outros aspectos, o conhecimento na forma de informação e, ainda, pela disposição desconexa dos elementos que poderiam proporcionar conhecimento. Ao mesmo tempo em que o turista acredita estar distante de um saber escolar tradicional, os guias impressos e os folhetos sobre os lugares de visita são didaticamente organizados para exercerem a função de informar tal qual um livro didático tradicional. Da mesma forma, enquanto o guia profissional exerce o papel de instrutor, diferente de um professor que media a aprendizagem, transmite as informações “importantes” sobre o local visitado e, por isso, é responsabilizado pelo nível “cultural” da viagem. Edson reconhece que a viagem em excursão que realizou desta vez para Curitiba foi melhor do que outra que havia realizado de forma particular, exatamente porque, segundo ele:

Dessa vez o guia conhecia outras paisagens, os parques, havia guia local explicando sobre a história dos lugares. Isso eu achei muito legal. É bom ir a um local que tem o guia para te contar a história, porque senão tu vais num lugar só para

²⁴¹ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

ver, mas e o que significa aquilo? Bem legal esse lado.²⁴²

Embora reconheça a necessidade de outras fontes de conhecimento, quando diz que: *para conhecer alguma coisa mais profundamente eu teria que ter lido a respeito*, Edson reforça que nesta viagem pôde conhecer a cultura local em virtude dos guias, quando enfatiza:

Acho que [a viagem] foi bem legal, principalmente em virtude dos vários guias. Tivemos 3 guias. Além do guia do SESC, tivemos a guia local e a guia do trem. Acho que esses guias foram fundamentais para a gente entender as coisas. Senão a gente só ia ver o Parque, não ia saber o porquê daquele Parque, o porquê do nome do Parque [...].²⁴³

Juntamente ao que consegue captar pelo olhar, aquilo que é transmitido pelo guia é o que o turista considera como o conhecimento que fez sobre o local visitado. Da mesma forma que é atribuída a este profissional a responsabilidade para com os “saberes” que envolvem os passeios turísticos, ele também se vê culpado pela suposta “falta de conhecimentos” obtidos em uma viagem, como adverte Paulo: *O que não gostei foi o city tour, um guia muito vazio, ele não é criativo, não é nada, nada. Também poderia falar mais sobre a cidade, ele não sabia nada. Só falou um pouco sobre Hercílio Luz e nada mais.*²⁴⁴ Em outro momento, Paulo reforça sua crítica ao guia e elogia outro que, segundo ele, *é um rapaz que eu admiro bastante. Cada passeio que ele vai fazer, antes ele se instrui a respeito e, durante a viagem, ele vai dizendo tudo o que você vai ver por lá e vai falando também a respeito da tua cidade. Com ele, aprende-se história, geografia [...].*²⁴⁵

Significados dos nomes da cidade, dados populacionais, localização geográfica, datas (de fundação, inauguração, realização, nascimento e morte), nomes de personalidades (políticos, fundadores,

²⁴² Edson - Estudante, 24 anos, solteiro, sem filhos. Natural e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou com a namorada para Curitiba. Entrevista em 19/12/14.

²⁴³ Idem.

²⁴⁴ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

²⁴⁵ Idem.

artistas), mais nomes (de praças, igrejas, monumentos, ruas, avenidas, museus) motivos e significados de monumentos, construções e cenários [...]. Estes são os dados e as informações comumente ressaltados pelos guias sobre o lugar visitado e estas falas ainda são alimentadas por mais informações e curiosidades contadas pelos próprios turistas ou por perguntas feitas por eles. A condução do guia pelo *city tour* panorâmico em Gramado é ilustrativa do que estamos dizendo:

Utilizando o microfone do ônibus o guia indica alguns pontos turísticos. Numa sequência de poucos metros aponta a Praça das Etnias, a Casa do Colono entre outros que apenas passamos o olhar. Avisa que em mais alguns metros veremos a Praça das Bandeiras, e explica que todas as bandeiras dos Estados do Brasil estão lá. Cobrando que nossa atenção se dirija para o lado direito e esquerdo, conforme o que ele irá apontar, indica que veremos a estátua do Quiquito, o Oscar brasileiro, e em seguida mostra o espaço onde acontecem os conhecidos Show de Natal da cidade. Quando chegamos ao Parque Mini Mundo, o guia fala sobre as réplicas em miniatura que são 24 vezes menores que o original. Como todos já estão de pé, prontos para desembarcar, ele ainda pede mais um pouco de atenção para explicar sobre os ingressos (que estão inclusos) e combinar o horário de retorno.²⁴⁶

Aquilo a que se tem chamado de conhecimento nas viagens turísticas e o modo pelo qual é transmitido, ou seja, dados, curiosidades, quantificações precisas, especificações e localizações, reflete uma forma de conhecer própria da modernidade, estruturada sob o paradigma da informação. Conforme nossa interpretação dos estudos de Benjamin (2012e), assim como outras formas de comunicação decorrentes dos avanços técnicos de um mundo industrializado, a informação está relacionada a uma nova forma de perceber e atribuir sentido ao que se vive. Dando o exemplo da informação jornalística, a partir da qual podemos pensar também as informações turísticas, Benjamin (1994d, p. 107) aponta uma estrutura baseada na “novidade, concisão, inteligibilidade e, sobretudo, falta de conexão entre uma notícia e outra.”

O turismo, assim como faz o jornal, ao privilegiar a informação, isola “os acontecimentos do âmbito onde pudessem afetar a experiência”

²⁴⁶ DC3 - “Gramado e Canela”.

(BENJAMIN, 1994d, p. 106). Isso acontece, segundo Benjamin (1994d) devido às próprias características da informação, como a novidade, a concisão, a desconexão e, principalmente, a inteligibilidade: o conteúdo informado é impregnado de explicações, não aceita interpretações para além do que já foi oferecido, obstruindo o exercício imaginativo que poderia produzir uma rede de significações e sentidos às coisas e aos acontecimentos de modo a poderem se integrar à vida do ouvinte ou do leitor, diferente da narrativa, como desenvolveremos a seguir.

Nossa sensibilidade cada vez mais suscetível a receber aquilo que é transmitido como informação também tem como consequência, portanto, o enfraquecimento de nossa capacidade mimética, para a qual, lembramos, a linguagem tem papel fundamental por conter, na forma de pensamento, um arquivo de semelhanças.²⁴⁷ Ao refletir sobre uma de suas viagens, De Botton (2003, p. 120) se dá conta do excesso e da exclusividade das informações e, assim como a citação do *city tour* em Gramado que descrevemos anteriormente, o autor avalia, desanimado, que tudo já havia sido medido, pesado e esquadrinhado em uma das suas viagens a Madrid:

O lado norte da Plaza Mayor tinha a extensão de 101 metros e 52 centímetros. Ela foi construída por Juan Gomes de Mora em 1619. A temperatura era 18,5°C, o vento vinha do oeste. A estátua equestre de Filipe III, no centro da Plaza Mayor tinha altura de [...].

Se os fatos já haviam sido todos revelados e registrados, analisa o autor, era para utilidade específica de arquitetos, historiadores, estudiosos de arte, entre outros profissionais, não para as descobertas simbólicas e as inspirações dos viajantes, acrescentamos. Reconhecendo a impossibilidade de fazer descobertas factuais, e negando-se a simplesmente utilizar os dados prontos para se instruir, De Botton (2003) sugere que a viagem seja justificada pelas aprendizagens que atendam interesses do próprio viajante e que sejam “enriquecedoras da vida”. Servindo-se deste termo cunhado por Friedrich Nietzsche para se referir às finalidades que deveriam mover a atividade científica, o autor propõe que a viagem devesse nos proporcionar algo além das informações factuais, que pudéssemos olhar para um conjunto de prédios antigos, por exemplo, e reconhecer a riqueza dos detalhes, a

²⁴⁷ Aqui fazemos referência ao texto *A Doutrina das Semelhanças*, no qual Benjamin (2012a) desenvolve relações entre a faculdade mimética e a linguagem, aspecto sinteticamente trabalhado por nós no capítulo anterior.

diversidade dos estilos arquitetônicos e a variedade dos usos e das experiências que por ali passaram.

Assim como já debatemos anteriormente, De Botton (2003) mostra que uma das dificuldades para fazermos as descobertas “enriquecedoras da vida” em nossas viagens é que as paisagens, os objetos e as informações sobre os lugares que visitamos já são previamente qualificadas entre as que são significativas ou não, as que merecem ou não nossa atenção. Essas considerações, tidas como verdades quase irrefutáveis, nos intimidariam a sentir mais ou menos interesse conforme categorias de valor previamente estipuladas, impelindo a modos predeterminados de nos relacionarmos com os objetos turísticos, o que acontece, em grande medida, a partir das orientações dos guias, como relatamos.

Outro fator pernicioso, segundo o autor, e que se reconhece como característica própria da informação, é a diversidade e a desconexão entre os elementos a que teríamos que mobilizar nosso pensamento, em curtos espaços físicos e temporais, num passeio turístico. De fato, na excursão à Blumenau, por exemplo, fomos “convidados” a sentir interesse e curiosidade pela arquitetura alemã de um lado da rua e, do outro lado, pela alquimia da produção artesanal no Museu da Cerveja, e, em Curitiba, pela diversidade dos monumentos e parques destinados a homenagear as etnias dos imigrantes que, integradas ao moderno Museu Niemayer compõem interesses e conhecimentos tão diversos que dificultam a sua apreciação para além da apreensão visual ou instrutiva. Neste sentido, De Botton (2003, p.135) adverte que

Um perigo de viajar consiste em vermos as coisas na hora errada, antes que tenhamos tido oportunidade de reunir a receptividade necessária e quando novas informações são, portanto, inúteis e fugidias como as contas de um colar sem um fio que as una.

A informação, assim como o romance, surge em substituição à narrativa oral, uma das mais antigas formas de comunicar. Em seu conhecido texto *O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov*, Benjamin (2012e) estabelece algumas distinções entre as duas formas comunicativas e explica os motivos pelos quais a narrativa encontra-se em extinção. Aqui abrimos um parêntesis para algumas considerações a este respeito.

Própria das formas de organização comunitárias tradicionais, a arte de narrar está relacionada ao intercâmbio de *experiências*, com aquilo que é transmitido, incorporado e retransmitido pelas gerações

como tradição. Constituída pela construção e pelo compartilhamento de experiências individuais e coletivas, a narrativa oral se integra à vida do narrador e dos ouvintes ao ponto de que nela “ficam impressas as marcas do narrador como os vestígios das mãos do oleiro no vaso de argila”²⁴⁸ (BENJAMIN, 1994d, p. 107). Uma de suas características é que, de alguma forma, fornece algo útil para o cotidiano dos interlocutores, seja na forma de ensinamentos morais, provérbios ou normas de vida que funcionam como conselhos, “menos no sentido de responder a uma pergunta do que fazer uma sugestão sobre a continuação de uma história a que se está desenrolando” (BENJAMIN, 2012e, p. 216). Aí está o núcleo central da narrativa. Enquanto ela favorece múltiplas interpretações permitindo com que cada um possa fazer uso da *experiência* nela contida, e talvez o exercício de estranhamento do qual falávamos anteriormente, a informação fornece apenas interpretações definitivas, acabadas em si mesmas, o que limita sua integração à *experiência*²⁴⁹. A narrativa encontra-se em extinção porque narrar é intercambiar *experiências*, e os eventos capazes de se integrar à nossa *experiência*, assim como nossa capacidade para recebê-los, estão cada vez mais raros.

A história contada oralmente não procura transmitir uma verdade ou uma explicação, a autoridade do saber nela contido é válido mesmo que não seja verificável, diferente da informação que requer uma confirmação imediata, como aquela fornecida pelo olhar e/ou pelos instrumentos ópticos. Nesse sentido, o que é narrado adquire qualidades de amplitude e permanência, na medida em que uma nova explicação e outro desdobramento sempre são possíveis, enquanto “a informação só tem valor no momento em que é nova” (BENJAMIN, 2012e, p.220).

O viajante tradicional juntamente ao camponês sedentário são os personagens que, segundo Benjamin (2012e), mais bem exemplificam a figura do narrador. Ambos são ricos em *experiências* comunicáveis pelo que aprenderam no tempo que viveram e nos lugares que passaram. A

²⁴⁸ Esta citação presente no texto Sobre alguns temas em Baudelaire, também é encontrada no texto O Narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov (BENJAMIN, 2012e).

²⁴⁹ Assim como a informação jornalística, o romance é outro exemplo importante apontado por Benjamin (2012e) e que expressa a mudança das formas de comunicação na modernidade. Ambos já nos chegam impregnados de explicação, seja na forma da descrição racional sobre os fatos reais do jornal, ou da interpretação literária das histórias e os personagens fictícios dos romances.

comunicabilidade, ou seja, o uso da linguagem, é central para a incorporação de um saber que engendra a *experiência*. Em contrapartida ao marinheiro viajante, temos o turista contemporâneo que, conforme o exemplo de Agamben (2005, p.23), busca experiência na informação e deixa suas marcas impressas na fotografia:

Uma visita a um museu ou a um lugar de peregrinação turística é, desse ponto de vista, particularmente instrutiva. Posta diante das maiores maravilhas da terra (digamos, o *pátio de los leones*, no Alhambra), a esmagadora maioria da humanidade recusa-se hoje a experimentá-las: prefere que seja a máquina fotográfica a ter experiência delas. Não se trata aqui, naturalmente, de deplorar esta realidade, mas de constatá-la.

A perda da comunicabilidade e das *experiências* comunicáveis é observável em grande parte da vida contemporânea, mas, a partir do fenômeno do turismo isto se expressa de modo particular pela fotografia e pelo *souvenir*. É interessante que os entrevistados pouco conseguem falar sobre o que conheceram para além da citação de lugares e coisas que viram, assim como pouco conseguem dizer sobre os significados ou a importância do que citaram. Tendo isso em vista, utilizam a fotografia e o *souvenir* mais como evidências do que objetos para contar uma história. Se quem viajava tinha muito a contar (BENJAMIN, 2012e), hoje o turista que retorna à cidade de origem substitui a narrativa das histórias que experimentou por essas evidências, por aquilo que seus olhos captaram sem necessariamente a mediação da linguagem.

De certa forma, tanto a perda do vínculo entre olhar e conhecimento (CHAUÍ, 1988) como a passagem da narrativa para a informação (BENJAMIN, 2012e), resultam em um conhecimento não mediado pela linguagem. No primeiro caso, um olhar que coincide com a razão (evidência), no segundo, em pura informação. Esses resultados, no entanto, não deixam de ser a mesma coisa, pois o que mais é a informação além de uma imagem? O que é a informação se não aquilo que apreendo no instante mesmo do olhar e que temos chamado de “conhecimento”? A fotografia e o *souvenir* ao mesmo tempo em que expressam a incapacidade do turista narrar e também conhecer o objeto que tais artefatos representam, alimentam uma história contada por informações, por um “conhecimento” não mediado pela linguagem, mas coincidente com a visão. Em última instância a fotografia e o *souvenir* são a prova da experiência não comunicável, talvez de uma *não experiência*.

Bastante distante de um exercício de estranhamento ou de experiência da alteridade, como sugere Berman (1984²⁵⁰ *apud* SUAREZ, 2005) sobre a formação cultural do antigo viajante, distante também de interesses ou descobertas “enriquecedoras da vida” (DE BOTTON, 2003), o que o turista parece aprender (ou reforçar) é a recepção imediata de conteúdos aleatórios e a conformação de modos de percepção predeterminados. Assim, o prestígio cultural atribuído ao viajante de outrora, hoje se apresenta como idealização. O que de fato pode se concretizar é o prestígio social proveniente desta idealização e das evidenciais e informações que o turista acumula dos destinos pelos quais passou. Não por um acaso, ao dizermos que uma pessoa é “viajada”, seja pelos carimbos no passaporte, álbuns fotográficos ou o conjunto de bibelôs expostos no aparador da sala de visitas, lhe atribuímos automaticamente o título de sábia e lhe conferimos o respeito de quem “sabe” muito sobre as coisas do mundo, quando na verdade ela é rica de informações e evidências.

Por último, gostaríamos de propor que ao declínio da linguagem segue-se o da gestualidade. O ato de narrar constitui-se numa prática que envolve não apenas a voz, ou a audição, no caso do ouvinte, mas é acompanhado de uma gestualidade que dá sustentação às palavras, como afirma Benjamin (2012e). O autor aproxima a prática do narrador à do artesão na medida em ambas podem ser entendidas como uma relação artesanal que se utiliza da coordenação entre a alma, o olho e a mão, sendo que a matéria prima do narrador seria a própria vida humana. Com isso, podemos pensar que a predominância da informação não só implica em um enfraquecimento de capacidades intelectuais e de um saber próprio da *experiência*, devido à perda da linguagem, mas também de um saber corporal.

Não é apenas a partir da comunicação sob a forma de informação que podemos observar a dispensa da presença *viva* do corpo. Ao analisar os escritos de Benjamin em sua *arqueologia da modernidade*, Vaz (2006a) encontra o corpo adestrado no trabalho mecanizado e adaptado ao ritmo da máquina; a substituição do interesse sobre o saber (da *experiência*) do/no corpo velho pela sua abordagem a partir da ciência; a produção do sujeito como indivíduo *identificável* no contexto urbano e *despersonalizante* do aço e do vidro, lugar também do treinamento dos sentidos e dos movimentos do corpo a partir da vivência do choque e ainda o progresso corporificado nos atletas e em suas performances

²⁵⁰ BERMAN, Antoine. **Bildung et Bildungsroman. Le temps de la réflexion.** Paris: [s.n.], 1984.

difundidas pelo cinema. Em meio a esses trilhos da história, em que só se vê “controle, domínio e aniquilação” do corpo, Vaz (2006a) encontra na narrativa, que engendra uma gestualidade que se inscreve no corpo (e não apenas *sobre* ele ou *dele*) a possibilidade de um outro lugar para o corpo, que não seja unicamente a subordinação à técnica e renúncia. A atividade do narrador, pela gestualidade que acompanha o relato ou pela presença sensorial do ouvinte, autoriza uma história que seja construída também por aquilo que se acomoda no corpo e segue com ele.

Memória e história se recolocam também no corpo. Seja nos gestos miméticos que nos inscrevem numa tradição, seja nas marcas pessoais e intransferíveis que carregamos em nossos corpos. Questão fundamental, se lembrarmos que estamos numa civilização que despreza os rastros, sobretudo se forem eles portadores de dor e sofrimento. Civilização da novidade, do rejuvenescimento, da cirurgia plástica (VAZ, 2006a, p. 59).

Com isso nos perguntamos: O que fica da viagem nos corpos dos turistas? Que marcas e rastros carregam os seus corpos a partir do que nela viveram? Se na relação artesanal do narrador podemos imaginar uma experiência corporal espontânea, na relação estabelecida com os elementos da informação (dados, datas, imagens...) nos choques visuais e no entorpecimento dos sentidos experimentados no turismo de excursão, os gestos quase se anulam ao se fragmentarem e se separarem dos demais gestos e da própria alma o que, em última instância, converge numa insensibilidade ou indiferença em relação à vida, ao cotidiano, à história e à memória. A gestualidade dos turistas enfraquece de sentido e se automatiza quando se limita à atividade motora de apontar um objeto, folhear um álbum de imagens, passar os olhos sobre uma paisagem, e ainda quando responde com a mesma posição corporal e expressão facial ao clique da máquina fotográfica. Lembramos, também, como a estrutura do turismo de excursão contribui para a atrofia gestual com a grande quantidade de horas dentro do ônibus, e como o turista resiste à possibilidade de um novo sentido ser experienciado, além dos demais elementos que já descrevemos no Capítulo 2.

4.2 TURISMO DE EXPERIÊNCIA

Uma tentativa atualizada de conservar uma espécie de aura cultural nas viagens, ou de associá-la a um conhecimento mais “autêntico” e, inclusive, a um conhecimento prático e corporal por meio de um pretenso “saber fazer”, é a promoção das chamadas *viagens de experiência*. A publicidade deste tipo de viagem divulga a oportunidade de vivências e aprendizagens sobre a cultura de um certo lugar por meio da realização de atividades ou tarefas do cotidiano dos moradores e trabalhadores locais. No Brasil, as viagens baseadas do turismo de experiência incluem: conhecer a gastronomia e provar o cardápio da família imperial brasileira no Rio de Janeiro (RJ). Fazer oficina de artesanato em Bonito (MS). Produzir a própria cachaça, degustar e aprender a fazer coquetéis com o produto em Bento Gonçalves (RS). Acompanhar o processo de produção de joias artesanais e conhecer as pedras preciosas da região de Belém (PA)²⁵¹.

Conforme explicou um dos guias das excursões que acompanhamos, o SESC é conhecido por elaborar roteiros que se diferenciam do grande circuito comercial, favorecendo viagens ditas mais culturais, como, por exemplo, a Acolhida na Colônia²⁵² (participação de um dia no cotidiano de famílias de agricultores), a Colheita da Maçã (visitação de pomares e colheita de maçãs direto das

²⁵¹ As informações encontram-se no site do Projeto *Tour da Experiência*, uma parceria entre Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), e entidades representativas do setor turístico brasileiro. O Projeto tem como objetivo valorizar empreendimentos que apresentem produtos relacionados ao conceito de Economia da Experiência, no qual o turista deixa de ser “sujeito meramente contemplativo” para ser “ator de sua própria experiência”. Informações disponíveis em: <<http://www.tourdaexperiencia.com.br>>. Acesso em: 06 jan. 2017.

²⁵² Conforme sitio eletrônico do Turismo Social do SESC, a Acolhida na Colônia refere-se a um “Projeto de Turismo Rural que tem como proposta a valorização dos agricultores familiares de Santa Catarina, onde eles abrem suas casas para o convívio do dia-a-dia. O objetivo é compartilhar o saber fazer, as histórias e cultura, as paisagens oferecem hospedagens simples e aconchegantes com direito a conversas na beira do fogão a lenha, a tradicional fartura das mesas e passeios pelo campo”. Informações disponíveis em: <<http://ww2.sesc-sc.com.br/viagens/viagem/855/sao-bonifacio-acolhida-na-colonia.html>>. Acesso em: 1 jul. 2016.

macieiras) e o Carnaval de Nova Veneza (participação de baile que retrata o carnaval de Veneza). As viagens que acompanhamos também compreendiam atividades deste tipo, especialmente a Colheita da Maçã em São Joaquim, a realização de ordenha em uma fazenda em Lages e o Passeio Rural em Gramado. A seguir relatamos um pouco de cada uma destas atividades e dos espaços onde ocorreram.

Chegamos à plantação de maçã em um sábado no início da tarde, no local havia amplos galpões de armazenamento e balanças de grande porte. Um senhor idoso, responsável pelo local, distribuiu sacolas plásticas para os turistas e indicou onde ficavam os pomares, além dele, no local havia apenas uma moça que realizava a pesagem. A passos rápidos, os turistas se deslocaram em direção aos pomares, colhiam poucas maçãs de cada um deles, escolhiam os melhores frutos e aqueles que conseguiam alcançar, partindo imediatamente para outro pomar. Em poucos minutos o grupo estava disperso em uma grande extensão de terra, de forma que eu escutava apenas alguns que estavam mais próximos. Ao tomar o caminho de volta, algumas pessoas se encontram e exibem suas sacolas carregadas de maçã umas para as outras. Algumas senhoras de mais idade faziam grande esforço para levar as sacolas até o ônibus, distribuindo o peso entre os dois braços. Em média, cada pessoa colheu cerca de 8 kg. A atividade durou aproximadamente 20 minutos, após, todos fizeram fila para pesar e pagar o que colheram.²⁵³

O objetivo da atividade de ordenha em Lages era experimentar tirar e tomar o leite tirado direto da vaca. Apesar de a atividade de ordenha não ter sido realizada, pois os donos do sítio estavam mudando o sistema de captação de leite, foi feita uma caminhada até o local onde ela estava proposta. O espaço em que os turistas são recebidos foi reestruturado para tal: havia um balcão e prateleiras como mostruário dos produtos caseiros feitos pela família dona do sítio, um muro baixo separava a área de comercialização de

²⁵³ DC4 - “Colheita da Maçã”.

produtos do local da ordenha, onde estão três vacas grandes e limpas. O piso é rebocado de cimento e limpo. Entre as vacas também há um muro baixo de concreto pintado de branco.²⁵⁴

O Passeio Rural em Gramado inicia com a chegada de dois ônibus antigos (1950) para pegar os turistas na porta do hotel. As pessoas sorriem encantadas e tiram fotografias na frente dos ônibus. Um dos pontos de parada é o casarão onde se passou a história que é contada no filme *O Quatrilho*. No porão da casa, construído com pedras de ferro, algumas cadeiras estão dispostas em fileiras para que as pessoas se acomodem. Ao fundo do porão há uma tela e a partir das imagens projetadas uma mulher conta a história da troca de casais que chocou a comunidade local na época, fazendo contrapontos com o que foi, ou não, mostrado no filme. Dividindo este mesmo espaço estão algumas mesas expondo artesanatos para venda. A frieza da tecnologia se mistura com o cheiro velho do porão e com o calor de uma história que parece viva naquele local. O último ponto de parada do Passeio Rural é uma pequena casa de madeira rodeada de mata nativa onde é servido um café colonial. Uma dupla de cantores, em ação, recebe os turistas. O espaço é organizado com várias mesas de madeiras cobertas com toalhas enxadrezadas.²⁵⁵

Embora a promessa dessa modalidade de turismo seja a experiência, o contato real com a atividade ou forma de vida do local visitado acaba se aproximando da estrutura espacial, organizacional e procedimental do turismo tradicional. Por exemplo, a fala dos moradores/trabalhadores que recebem os turistas lembra mais o discurso profissional e instrutivo dos guias do que as experiências do seu trabalho diário. As atividades também seguem uma sistematização sobre o que e como devem ser desenvolvidas para o que se supõe ser o melhor aproveitamento por parte do turista (por exemplo: quais os pomares que se pode colher maçã, o que deve ser visto e feito primeiro no Passeio Rural [...]).

²⁵⁴ DC4 - “Colheita da Maçã”.

²⁵⁵ DC3 - “Gramado e Canela”.

Ainda, os espaços atendem a uma demanda de consumo, com um ambiente reservado para a venda de artesanato ou produtos alimentícios, lembrando as lojinhas de *souvenirs* pelas quais os turistas são “obrigados” a passar ao final de atrações turísticas, como em museus e outros lugares de exposições. Além disso, os espaços são adaptados ao conforto e aos padrões estéticos e de limpeza que o turista exige encontrar: a sala de ordenha e a casa do café colonial foram construídas especialmente para as atividades turísticas. Quando um desses aspectos não atende ao padrão esperado é veementemente criticado por turistas como Fernando que demonstrou estar consternado com a “pobreza” da estrutura turística de São Joaquim, especialmente quando participou da atividade Colheita da Maçã que, segundo ele, [...] *é outro drama, tudo esculhambado, com mato. Para colher maçã você precisava andar no mato. Isso não existe. Mas como assim, esse mato alto onde serão colhidas as maçãs? De novo não havia um banheiro adequado, asseado. Eu sinceramente saí desanimado.*²⁵⁶ A fala de Fernando reafirma a ideia de que é a natureza controlada e retocada que o turista verdadeiramente deseja, conforme já abordamos em outro momento. Tanto que no Passeio Rural realizado em Gramado, que se propunha a um “retorno” à vida simples do campo, um grupo de senhoras reclama da poeira levantada da estrada de terra.

Isto não acontece somente com as representações de natureza, mas também com as de cultura e história que, no turismo, ganham a forma de cenários, ou seja, ambientes racionalmente produzidos para o desenvolvimento das atrações. O Parque Vila Germânica²⁵⁷ é exemplo

²⁵⁶ Fernando - Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

²⁵⁷ Como já descrevemos anteriormente, o Parque Vila Germânica consiste em uma grande estrutura construída na região central de Blumenau. São 26.000 m² de área construída, dos quais 18.000 m² são pavilhões destinados a eventos e o restante comporta bares, restaurantes, lojas de *souvenir*, artesanato e produtos da região. Estes últimos compõem o que é chamado de “vila germânica”, cujos estabelecimentos comerciais ficam em atividade durante todo o ano, independente de estar havendo evento no local. No entanto a programação de eventos e festividades é extensa, incluindo desde as conhecidas festas “alemãs”, especialmente a *Oktoberfest*, além de Festival da Cerveja, feiras e exposições de todo o tipo e, ainda, um festival relacionado à cultura Italiana, o Festitália. Incluem-se nas festividades as datas comemorativas, quando a Vila é redecorada e adaptada para eventos de Natal e Páscoa, por exemplo.

disso. Embora seja bastante frequentado pelos turistas que vão a Blumenau, sendo reconhecido por retratar a cultura alemã, seja por meio de elementos arquitetônicos ou das apresentações artísticas que ali ocorrem, o local configura-se, antes de tudo, como um espaço criado para uso e comercialização da história. Não há algum problema quanto a esse espaço, que a princípio pode ser muito agradável, a não ser a crença de que ele seja genuinamente alemão, quando, no entanto, é composto por imagens geralmente estereotipadas e elementos simplificados de alguma parte daquele país ou da sua história, ou ainda, das tradições que teriam sido preservadas pelos imigrantes. Exemplo disso são as construções que abrigam as lojas, os restaurantes e bares dentro do Parque e muitos outros prédios públicos e privados da região urbana de Blumenau, conhecidos pelo estilo arquitetônico enxaimel, considerado tipicamente germânico.

Segundo Veiga (2014), estas construções não são edificadas com a técnica denominada *enxaimel*, utilizada no século XIX em países do centro-norte Europeu, tampouco preservam as adaptações feitas por imigrantes alemães em Blumenau²⁵⁸, são, no entanto, imitações das formas estéticas proporcionadas por aquela técnica. Hoje, continua o autor, no lugar das estruturas de madeiras, são pregados filetes deste material ao concreto dando à construção apenas o “efeito visual” desejado, além disso, no lugar dos antigos tijolos aparentes utilizados pelos imigrantes optou-se por paredes brancas, comuns na Europa, mas não no Brasil. Esse novo estilo, denominado *neoenxaimel* emergiu no final da década de 1970, quando o poder público de Blumenau passou a conceder incentivos fiscais para as construções que assim fossem caracterizadas, com vistas a exaltar elementos de referência à cultura germânica na cidade para promover o desenvolvimento do turismo local (VEIGA, 2014). Do mesmo modo, foram criadas pelos setores turísticos da cidade as “festas típicas alemãs”, especialmente a *Oktoberfest*, em 1984, “vendida como uma tradição do povo blumenauense trazida pelos imigrantes que fundaram a cidade”, embora se tratasse de mais uma

²⁵⁸ Conforme nos esclarece Veiga (2014), a partir dos estudos de Weimar, embora no período de imigração alemã a técnica já houvesse se tornado obsoleta na Europa, foi utilizada no início do século XX por alguns imigrantes em Blumenau, sendo os seus materiais e sua estrutura adaptados (uso de tijolos no lugar das taipas e da construção de varandas em função do clima brasileiro). Assim como na Europa, continua o autor, o *enxaimel* original foi abandonado em função da emergência de técnicas mais modernas.

forma de “reforçar uma identidade cultural diferenciada no país” como estratégia turística (VEIGA, 2014, p. 86-87).

O mesmo acontece em relação às atividades do turismo de experiência, que propõe uma experiência genuína, mas entrega uma simulação, como o turista de fato deseja. Certamente estas vivências práticas podem dizer como são as atividades e os modos de vida de uma determinada população ou grupo laboral (agricultores, artesãos, criadores de animais...), podem instruir, indicar e informar os elementos que as compõem, mas pouco podem comunicar sobre seus significados, e por isso dificilmente se constituem em conhecimento e *experiência*, de fato. Primeiramente porque não é isso que o turista deseja, não é um conhecimento genuíno que ele procura, a fala de Fernando deixa claro que esperava encontrar o “cartaz” de São Joaquim em sua viagem, ou seja, *uma cidade pronta para receber os turistas que vêm de várias partes do país e até do exterior*²⁵⁹, assim como esperava que a atividade da colheita não reproduzisse o ambiente real do trabalho do campo, mas que fosse adaptada para que todo esforço e incômodo estivessem eliminados e, assim, restasse o contato “sublime” com a natureza, expresso pela atividade de colher as frutas.

Mesmo que o turista busque o conhecimento da realidade pela proximidade com atividades laborais e cotidianas de grupos sociais diferentes do seu, a dificuldade do seu intento não se coloca apenas em virtude dos espaços montados para funcionarem como palco de encenação ou na rígida organização que o turismo de experiência oferece, mas principalmente porque os ritmos, as sensações e os sentidos vividos pelos moradores/trabalhadores não podem ser reproduzidos artificialmente pelo visitante, sendo-lhes, quando muito, transmitidos como informação, como explicações externas e acabadas.

Ao analisarmos que a possibilidade de o turista conhecer uma cultura na forma de *experiência* autêntica é pouco provável, não significa que estamos fazendo algum tipo de condenação e, menos ainda, que pretendemos propor algo sobre como deveria ser uma viagem que oportunizasse um conhecimento mais ou menos legítimo. No entanto, o que nos parece fundamental reconhecer é que o turismo de experiência, e não só ele, apresenta a realidade de forma folclorizada, e aqui utilizamos o termo

²⁵⁹ Fernando - Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

[...] não no sentido do estudo e conhecimento das tradições de um povo expressa em suas lendas, canções e literatura, mas no sentido de simplificação através da eleição de certos estereótipos para fins de exploração comercial, turística e midiática (LEITE, 1999, p. 125).

Esse entendimento nos parece necessário para evitar confusões sobre o que de fato é o turismo de experiência e o que ele realmente oferece, ou seja: a abordagem superficial e parcial à vida das pessoas, seus costumes e seu trabalho, minimizando os problemas, as dificuldades, os sofrimentos ou as penosas condições laborais, que são ocultadas principalmente quando o objeto a que se busca experiência é a vida no campo e o trabalho rural.

De modo geral, as situações em que vivenciamos os elementos que caracterizam o turismo de experiência revelam predominantemente o uso de um conhecimento inteligível por meio do conteúdo instrutivo e da estrutura racionalizada, o que nos permite reconhecer que estes roteiros se constituem mais como criação de novos segmentos de mercado do que como uma proposta realmente diferente de viagem. Além disso, a promoção de um *fazer* ou um *exercer* algo, (vivenciados pelo colher, ordenhar...) para além da contemplação e do registro de imagens, também se constitui em um elemento de diferenciação das atrações turísticas construído para que o retorno do turista se justifique. Isso fica bastante claro em algumas falas nas quais os turistas expressam que apesar de terem ido muitas vezes para determinada cidade, nunca haviam feito uma certa atividade que agora estava disponível no pacote e, por isso, justificava-se uma nova visita. Por exemplo, muitos turistas comentavam que já conheciam Gramado, mas nunca haviam feito o Passeio Rural, ou que jamais tinham colhido maçãs, como bem ilustra a fala de Robson:

Apesar de já conhecer Lages e gostar muito daquela área do Hotel do SESC, desta vez [nesta excursão] tinha um atrativo a mais, que era a Colheita da Maçã. A gente tinha curiosidade de saber como era feita a colheita. Nunca vimos um pé de maçã. Via de longe. O interessante era isso. O guia passou algumas coisas que a gente não sabia, falou como começou a plantação de maçã, quais os governos que participaram. Foi interessante. Coisa que a gente nem imaginava, achava que um colono tinha começado do nada, mas foi uma coisa planejada. Foram feitas

pesquisas científicas, inclusive. Isto a gente não sabia. Isso, por si só, já valeu o passeio. Muita coisa a gente já conhecia, mas sempre tem alguma coisa diferente.²⁶⁰

Que o turismo seja um produto cultural veiculado ao contexto da sociedade de massa e, portanto, com finalidades próprias do consumo, mesmo que contenha elementos possivelmente formativos, já sabemos, mas o que parece novo é como o “conhecimento” tem sido incluído neste processo por meio de um “saber fazer” nomeado de experiência. Para além de a diversão ganhar contornos de trabalho, como compete ao lazer no contexto da indústria cultural, e como faz o turismo, conforme mostrado no primeiro capítulo, a novidade do turismo de experiência está em tomar o próprio trabalho (do agricultor, do ordenhador...) como diversão (para o turista). Não se trata certamente da mesma temporalidade, nem seriedade e objetivos, mas atividades como a ordenha e a colheita tornam-se diversão por replicarem a mesma função e gestualidade realizada no trabalho. Isso significa que a indústria do entretenimento tomou como tema e transformou em produto justamente aquilo que afirmava ser a sua antítese. Que trabalho e diversão coincidam, reforçamos, já é tomado por princípio pela indústria cultural, mas entendemos que o turismo de experiência revela um processo inverso, não de aplicar características do trabalho à diversão, mas fixar características de diversão a uma simulação de trabalho, embora ambos os processos resultem em mercadoria.

O turismo de experiência pode ser compreendido na mesma dinâmica em que se encontram outros tipos de turismo e de produtos culturais que tentam buscar uma diferenciação por meio de um discurso que os associem a valores supostamente superiores frente às formas tradicionais de diversão, desgastadas precisamente pela sua ligação com a futilidade da diversão pela diversão. No entanto, esses produtos carregam em si a própria contradição, como discute Santana (1999) sobre outro tipo de turismo, o ecoturismo. Segundo a autora, essa modalidade “De um lado, deriva de um discurso ecológico apresentado como crítica à modernidade ao se opor ao mundo urbano-industrial. Por outro, é uma prática turística inserida na lógica dos mercados” (SANTANA, 1999, p. 22). Podemos observar o mesmo no turismo de experiência que propõe o contato cultural mais autêntico e ativo,

²⁶⁰ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

opondo-se a um turismo tradicional supostamente mais passivo, embora se constitua numa prática igualmente estruturada. O que muda é apenas o objeto comercializado que, neste caso, é a experiência, ou o conhecimento proveniente de um experimentar, em última instância é a própria vida de outrem que se tenta experimentar, como mercadoria.

A *experiência*, como temos conceituado, tem a ver com algo que não se pode adquirir, como tenta fazer quem procura colher maçãs ou ordenhar um animal acreditando ter as mesmas sensações e percepções de quem realiza tais atividades com funções laborais ou por necessidade de subsistência. Neste sentido, é esclarecedora uma história contada por Benjamin (2012d): trata-se de um rei que ordena que seu cozinheiro faça uma omelete de amoras, tal qual ele saboreou há cinquenta anos em uma situação na qual estava fugindo e faminto. Caso atendesse ao desejo do rei, o cozinheiro se tornaria seu genro, caso contrário, morreria. Apesar de habilidoso e conhecedor minucioso dos ingredientes e do modo de preparo da omelete solicitada pelo rei, o cozinheiro lamenta que tenha de morrer e justifica-se:

[...] apesar disso, minha omelete não vos agradará ao paladar. Pois como haveria eu de temperá-la com tudo aquilo que, naquela época, nela desfrutastes: o perigo da batalha e a vigilância do perseguido, o calor do fogo e a doçura do descanso, o presente exótico e o futuro obscuro (BENJAMIN, 2012d, p. 224).

Essa história é endereçada para aqueles que desejam reviver uma *experiência* do passado, cujas condições emocionais (do espírito) não podem ser reproduzidas ou transportadas no tempo. No entanto, também poderia ser direcionada ao turista que deseja e acredita poder realizar *experiência* de outras pessoas ou situações cujas condições, obviamente, também não permitem a reprodução dos sentidos, significados, ritmos e conhecimentos, que são intransferíveis. Diferentemente do compartilhamento de um saber e de uma *experiência* pela narrativa, principalmente entre as gerações, o turismo de experiência está baseado na transferência de informações e sensações que não apenas constituem formas contemporâneas de comunicação, mas também colocam em cena novas práticas de sociabilidades e de relacionamento com o outro que serão analisadas no próximo capítulo, a partir da perspectiva da idade da maioria dos turistas que entrevistamos, ou seja, dos velhos.

5 VELHOS TURISTAS

Há algum tempo temos acompanhado o processo de transição mundial por meio de pesquisas e análises que indicam mudanças no regime demográfico e na estrutura etária²⁶¹. Um dos aspectos mais evidentes é o aumento da população considerada idosa que, segundo a Organização Mundial da Saúde, é composta por indivíduos com 60 anos ou mais nos países em desenvolvimento e 65 anos ou mais em países desenvolvidos. No Brasil não é diferente, os idosos são o segmento populacional que mais cresce no país, com taxas de mais de 4% ao ano, além disso, as projeções indicam que passaremos de 19,6 milhões de idosos em 2010, para 41,5 milhões em 2030 e, em 2060 chegaremos a 73,5 milhões (BORGES; CAMPOS; SILVA, 2015). Ao mesmo tempo, a esperança de vida ao nascer aumentou em 12,4 anos de 1980 até 2013, passando de 62,5 para 74,9 anos, e é ainda maior no Estado de Santa Catarina, onde alcança 78,1 anos. (IBGE, 2014). Nos dados disponíveis sobre Florianópolis observamos que a população idosa praticamente dobrou entre 2000 e 2010, passando de 28.818 para 48.423 componentes (CENSO, 2000; CENSO 2010).

Tendo em vista esse quadro, também aumentaram os espaços públicos e privados em que se podem encontrar grupos de idosos formados espontaneamente para diversas atividades sociais, bem como serviços institucionalizados em que se organizam práticas destinadas à integração, ao convívio e à ocupação desta população, por meio de atividades físicas, culturais e educacionais. Neste caso, são inúmeras as atividades e os programas proporcionados por clubes, associações, entidades filantrópicas e setores governamentais, destacadamente aqueles ligados à saúde e assistência social, que organizam os chamados Grupos ou Centros de Convivência para a terceira idade ou Grupos de

²⁶¹ Segundo Borges, Campos e Silva (2015) o atual processo de transição demográfica se caracteriza pela passagem de um “regime com altas taxas de mortalidade e fecundidade/ natalidade para outro regime, em que ambas as taxas situam-se em níveis relativamente mais baixo”. O Brasil é um dos países que experimentou esta transição demográfica de forma acelerada, tendência que se apresentou primeiro nos estados das regiões sul e sudeste, e a partir de 1970 e 1980 também nas regiões norte e nordeste, como explicam as autoras.

Convivência para Idosos, conforme define e incentiva a Política Nacional do Idoso (BRASIL, 1994). Em Florianópolis, um recente estudo apontou a existência de 103 Grupos de Convivência ativos, com a participação de 4.275 idosos (SANTOS; MARINHO, 2014). Estes, no entanto, constituem apenas aqueles vinculados à esfera pública municipal, havendo outros organizados por universidades e por instituições como o SESC, que mantém uma longa trajetória no trabalho social com idosos²⁶². Na unidade do SESC de Florianópolis, existem diversas atividades voltadas para esta população, sendo exemplos, entre outros, o Grupo de Dança Livre Master, o Curso de Teatro Master, o Circuito Encontro Marcado, o Encontro Idoso Empreendedor, o Projeto Idoso em Foco, o Curso de Informática Sênior, o Clube do Esporte e Academia Máster, o Encontro Esportivo para Idosos.

Apesar das excursões não serem direcionadas para um público específico, foi evidente o maior número de idosos, como já dissemos. Esta situação se repete na maioria das viagens do Programa Turismo Social do SESC, conforme relataram as funcionárias da instituição e alguns entrevistados que, inclusive, se referem ao Programa como especializado no atendimento à terceira idade. De fato o Programa é conhecido pelo atendimento deste público, algo que creditamos a diversos fatores, como as próprias atividades para idosos da unidade de Florianópolis, cujos participantes acabam se tornando clientes e divulgadores das excursões; os preços reduzidos para os maiores de 60 anos, a quem os descontos chegam a trinta por cento; a própria modalidade de excursão que favorece a adesão dos idosos em função das comodidades já citadas bem como por oportunizar momentos e espaços de convívio e interação social, como desenvolveremos a seguir.

Embora não tenhamos encontrado informações precisas, sabemos que o turismo tem sido uma atividade bastante procurada pela população idosa, não apenas por meio do PTS do SESC. Santos e Marinho (2015), por exemplo, apontam que esta é uma das práticas mais requisitadas pelos maiores de sessenta anos nos grupos de convivência que

²⁶² Segundo Teixeira (2007, p.170), “Os primeiros grupos de convivência organizados pelo SESC datam da década de 1960, formando grupos de aposentados em torno do lazer e da recreação, através de uma nova ocupação do ‘tempo livre’, capaz de gerar uma nova sociabilidade contra a ‘marginalização’ do idoso e em favor de sua valorização social.” A autora faz uma crítica aos programas sociais para a terceira idade em função dos mecanismos de controle que eles difundem e da tentativa de redefinir os tempos de consumo como tempos de lazer.

investigaram na cidade, sendo que parte das demais atividades destes grupos (como bingos, rifas e almoços) é realizada como forma de subsidiar os passeios e as viagens desejadas, juntamente a mensalidade paga pelos participantes. Além disso, o aumento do Turismo para Terceira Idade, como segmento de mercado, é notável pela fala dos próprios participantes da pesquisa que relatam sobre outras agências de viagens especializadas pelas quais também viajam, pela realização do já citado Projeto Viaja Mais - Melhor Idade, desenvolvido pelo Ministério do Turismo, e pelo crescimento de pesquisas que abordam a população idosa como solução para os problemas da sazonalidade no turismo, visto que ela pode viajar fora dos períodos de alta temporada (PEREIRA; WAISMANN; SANTOS, 2009).

Não trouxemos essas informações para justificar a necessidade de estudar o fenômeno do turismo entre idosos a partir de uma demanda de mercado, ou como novo nicho a ser explorado como fazem os estudos anteriormente citados, mas porque estes dados servem de pano de fundo para nos perguntarmos sobre como vem se constituindo a vida desta população diante de novas perspectivas de tempo de vida, projetos pessoais e práticas de sociabilidade demarcadas pela idade. Apesar de nossas discussões terem sido permeadas, em alguma medida, pela categoria da idade dos turistas, esta não foi especificamente a perspectiva de análise adotada nos capítulos anteriores. Neste capítulo, no entanto, nos propomos a pensar um pouco mais a partir do fato de o turista ser idoso, ou ser um velho turista, e a partir disto tentamos desvendar as características das relações sociais tecidas no interior das excursões, o que elas dizem sobre a vida cotidiana destes idosos e em que medida a construção das sociabilidades é determinada pelo marcador biológico-social da velhice.

5.1 “AMIZADES DE EXCURSÃO” E BIOSOCIABILIDADE

Muitas foram e muitas são as motivações para a prática de viagens. Mesmo aquelas organizadas a partir do modelo turístico, que tem a diversão e o entretenimento como objetivos gerais, também são permeadas por distintos sentidos, intenções e necessidades atribuídas pelos turistas. Nosso campo de investigação já apontou essa diversidade, como a associação da viagem com o “conhecimento”, a necessidade de distração e a procura por sensações e “liberdade”. No entanto, entre os turistas idosos, as expectativas recaem especialmente sobre as relações

sociais que as excursões tendem a oportunizar, sendo que a possibilidade de formação de vínculos ou mesmo de breves interações sociais constituem-se, para muitos, o principal objetivo da viagem. Ivone diz que gosta de viajar em excursão *pela interatividade, porque sozinha a viagem se torna monótona.*²⁶³ Laura também demonstra preferência pela viagem em grupo porque *a gente está tudo ali, faz farrinha, faz brincadeira, conversa. É muito gratificante viajar pelo SESC. O mais legal é se conhecer, fazer amizades, assim como a gente fez contigo.*²⁶⁴ Além destas falas, Ana também demonstra a importância da sociabilidade desenvolvida no interior da viagem, sendo esta considerada por ela uma necessidade das pessoas mais velhas:

Adorei, adorei, adorei, gostei muito, tudo muito bom. A amizade que a gente fez, o cara [guia] muito legal, então eu adorei. [...] Estou gostando mais [de viajar em excursão] por causa da amizade. A gente faz uma amizade maravilhosa. Chega uma certa idade que a pessoa precisa de amizade, é muito bom. As pessoas são muito boas, são muito queridas.²⁶⁵

Observamos, portanto, que entre os turistas investigados com mais idade, um novo papel tem sido atribuído às viagens em grupo atualmente, configurando-as como estratégia de sociabilidade, de modo que viajar em grupo tornou-se mais importante do que somente viajar. Ao expressar o papel da viagem na vida do casal, Vilson também aponta para este aspecto quando explica:

Nós gostamos de viajar porque a gente faz bastante amizade, além de a gente se divertir também faz bastante amizade. Tem amigos que a gente preserva a amizade até hoje. Então, são amigos que conhecemos em viagens e eu acho que

²⁶³ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

²⁶⁴ Laura - Dona de casa, aposentada, 64 anos, casada, 4 filhos que não residem com ela. Fundamental incompleto. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com o esposo para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

²⁶⁵ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

isto é bem legal, é uma forma de conhecer outras pessoas.²⁶⁶

O desgaste físico e mental de dirigir um automóvel por longas distâncias, os inconvenientes em relação a reservas e os altos custos das viagens particulares, certamente são aspectos que fazem o turista idoso migrar para a viagem em excursão, porém, mesmo aqueles que possuem boas condições financeiras e de saúde, como pudemos identificar, escolhem viajar em grupo pela oportunidade de interação social que elas oferecem. Nada poderia ser mais ilustrativo que as situações em que os turistas idosos preferiram ficar conversando no ônibus com os “amigos de excursão” a descer e conhecer um ponto turístico determinado.

As “amizades de excursão” consistem em praticamente todas as relações estabelecidas ao longo da viagem, mesmo aquelas mais breves e superficiais, realizadas pela interação com os demais turistas ou com os profissionais do turismo, seja o guia, o motorista, os recepcionistas do hotel [...]. Salvo raras exceções, é o tempo e espaço da excursão que determinam os limites de tempo e espaço desta “amizade”, como explica Robson, quando comenta que eventualmente se comunica por e-mail com algumas pessoas que conheceu nas viagens, porém *Não é uma amizade de ir à casa um do outro, mas de se encontrar na excursão. Havia uns seis ou oito neste último passeio que a gente já tinha viajado junto antes.*²⁶⁷

A expectativa de que as “amizades de excursão” fossem estendidas para outros tempos e espaços sociais era frequentemente anunciada pelos turistas quando retornávamos à cidade de origem. A cada ponto de desembarque, as pessoas despediam-se com acenos, sorrisos, cumprimentos alegres e comentários sobre o local onde residem, e também convidavam informalmente os demais passageiros a lhes visitarem, conjecturando reencontros que dificilmente se concretizariam, a não ser por meio de outra excursão. Diferentemente das novas gerações, os turistas idosos que acompanhamos não faziam parte das contemporâneas redes de relacionamento *online*, ou, pelo menos, a troca de perfis virtuais não foi observada durante as viagens, tampouco a de telefones ou endereços. O que mais parecia possibilitar

²⁶⁶ Vilson - Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

²⁶⁷ Robson – Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

um futuro encontro era realmente a perspectiva de outra viagem, normalmente alguma excursão já divulgada pelo SESC, sobre a qual os turistas demonstravam interesse em comum, trocavam informações e, inclusive, combinavam de viajar juntos novamente.

O peso atribuído pelos turistas idosos às “amizades” construídas na excursão pode ser dimensionado pelo fato das viagens serem, em grande medida, avaliadas por critérios que remetem ao contentamento ou não em relação à sociabilidade nela desenvolvida. Entre todas as pessoas que entrevistamos, Fernando foi o único que não gostou de uma viagem, como já expusemos em outro momento, ele considerou a excursão para São Joaquim *barbaramente mal elaborada. Não estou falando de pessoas. Mas, pelo jeito, quem fez este roteiro, nunca fez na vida.*²⁶⁸ Porém, na continuidade da entrevista, observa que ainda assim a viagem foi positiva em função das relações pessoais: *em compensação esta viagem valeu a pena porque o grupo foi bastante afinado, legal e homogêneo. [...] As coisas aconteceram de forma muito satisfatória neste aspecto. [...] O destaque foram as pessoas, o motorista, você e o próprio guia.*²⁶⁹

Assim como Fernando aponta como único aspecto positivo da viagem até São Joaquim a sociabilidade desenvolvida no grupo de turistas, dona Ana aponta como único ponto negativo da viagem a Curitiba a relação que teve com sua companheira de viagem:

Olha, a única coisa que eu menos gostei foi da minha companheira. Porque a minha companheira não é companheira de viagem, né? Tu notaste, né? Ela se jogava na frente e me deixava sozinha. Esta foi a primeira vez em que eu viajei com ela. Esta foi a única coisa que eu mais ou menos não gostei. [...] Em vez de ela saltar e me esperar para nós sairmos juntas, não, ela saía sozinha e ia. Aí eu ficava sozinha, ainda bem que eu tinha vocês todos. Graças a Deus eu faço amizade fácil, amizade com todo mundo. Quer ver nos ônibus, aí eu faço amizade com todo mundo.²⁷⁰

²⁶⁸ Fernando – Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

²⁶⁹ Idem.

²⁷⁰ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

Em ambas as situações a medida de avaliação da excursão recaiu sobre as respostas dos companheiros de viagem em relação a uma demanda emocional por atenção e companhia, nem sempre encontrada nos núcleos familiares ou nas relações de vizinhança dos idosos entrevistados. Esse aspecto, central no desenvolvimento da sociabilidade desta população, será aprofundado mais a diante, no momento gostaríamos de chamar atenção para o tipo de sociabilidade voluntariamente compulsória que também caracteriza as “amizades de excursão”. Mesmo quando não se deseja a companhia de alguém, a convivência com os demais turistas é obrigatória, seja em virtude da proximidade corporal provocada em função do meio de transporte utilizado, do compartilhamento do apartamento de hotel ou da realização do mesmo roteiro por todos. Na prática da viagem em excursão assume-se conscientemente o risco da convivência obrigatória com diferentes pessoas, como foi o caso da companheira de dona Ana, citada anteriormente, e como também expôs Ivone: *[na excursão] tu aprendes conviver e conhecer pessoas de todas as naturalidades, de todos os caracteres, pessoas de bem com a vida, pessoas de mal com a vida, pessoas amargas, pessoas dóceis, pessoas ranzinzas e rabugentas, pessoas leves, pessoas pesadas [...]*.²⁷¹

Embora uma sociabilidade voluntariamente compulsória seja imposta mesmo para os turistas que viajam acompanhados (casais, irmãos, amigas...), ela é ainda mais evidente entre aqueles que viajam sozinhos e “precisam” aceitar horas de convivência no ônibus, sentados ao lado de um desconhecido nos diversos períodos de deslocamento, bem como na intimidade do apartamento de hotel. Esse é o caso de Ivone, que sempre viaja sozinha:

[...] o lado ruim da viagem é tu ter que dormir em um quarto que tu não conhece a outra pessoa. Então tu tens aquela expectativa, às vezes tu dás sorte de se hospedar em um quarto que a pessoa não seja problemática. Na segunda experiência de viajar com o SESC também fiquei num quarto com uma menina que era super-pesada, problemática, e não quis dormir no mesmo espaço que eu, então este é o lado chato, tu não sabe o que passa na cabeça das pessoas. Ou ela tem nojo de ti ou tem medo, ainda bem que eu não sou

²⁷¹ Ivone - Bancária aposentada, 59 anos, casada, 3 filhos que não residem com ela. Natural de Piratuba e residente em Florianópolis. Ensino superior completo. Viajou sozinha para Curitiba. Entrevista em 20/12/14.

grilada com nada, porque se fosse eu poderia estragar os meus passeios, mas não faço isso.²⁷²

Embora não se possa escapar completamente da sociabilidade compulsória intrínseca à excursão, os turistas buscam alternativas na tentativa de se esquivar de, pelo menos, alguns momentos, do convívio indesejado. O caso mais evidente foi o de dona Lourdes de 85 anos, que durante um almoço na cidade de Lages me explicou que só viaja com pernoite quando as funcionárias do SESC conseguem um quarto exclusivo para ela, pois não gosta de dormir com desconhecidos. Outro recuso utilizado pelos turistas era o pedido de troca de assento no ônibus, como fez uma senhora que não queria sentar ao lado da tia-avó, situação que relatamos em outro momento. Durante a realização dos roteiros a pé, também pudemos perceber alguns casais ou pequenos grupos que se distanciavam do grupo maior, muitas vezes com a finalidade de compras ou algum outro interesse, mas também com a de escapar da convivência coletiva.

Ao mesmo tempo em que contêm um elemento compulsório, as “amizades de excursão” se caracterizam por uma solidariedade afetiva entre os turistas. É comum, por exemplo, que os pares formados a partir do compartilhamento da poltrona ou do quarto também permaneçam juntos em outros momentos. Quando se chega a algum ponto turístico ou se tem algum momento sem programação, os turistas acabam formando pequenos grupos ou duplas para caminhar, olhar, conversar [...]. Nessas situações, o colega desconhecido torna-se uma fonte de segurança. Sabe-se que aquela circunstância não irá reverberar numa amizade profunda e enriquecedora, mas sabe-se, também, que não se ficará sozinho, que se pode contar com alguém provisoriamente, como aconteceu comigo e dona Luísa:

Dentro do ônibus a guia explica que teremos uma hora e meia para passear livremente pelo centro de Gramado, orientando onde ficam alguns pontos turísticos. Saindo do ônibus, as pessoas vão “naturalmente” se aproximando e formando duplas ou pequenos grupos e caminham olhando as vitrines, a igreja, a decoração de Páscoa [...]. Eu e a Senhora Luíza, que senta ao meu lado no ônibus, descemos por último e seguimos caminhando. Como os demais turistas estão um pouco à frente, não nos resta muitas opções, ou

²⁷² Idem.

seguimos juntas, ou uma de nós desvia a conversa e o caminho, não é o que acontece. Caminhamos vagarosamente, ao ritmo dela. Conversamos, olhamos a cidade e ela me pede para tirar uma foto sua em frente à igreja. Seguimos passeando entre as ruas iluminadas e decoradas e muitas vitrines. Ela chama minha atenção para um sapato e diz que quer experimentar, digo que ela pode ficar à vontade e a acompanho na loja, aguardo que ela experimente e depois seguimos com o mesmo passeio. De vez em quando cruzamos com algumas pessoas da nossa excursão, com as quais trocamos um leve sorriso e aceno com a cabeça, uma forma de reconhecimento que fazemos parte do mesmo grupo, embora só saibamos nos identificar pela fisionomia. O tempo de uma hora e meia disponibilizado pela guia parecia pouco no início do passeio, mas à medida que as vitrines e pontos turísticos vão sendo eliminados com a passagem do olhar, o tempo começa a demorar para passar. O centro e a igreja são apreciados rapidamente, de modo que meia hora antes do combinado a maioria das pessoas já está no ponto de encontro, aguardando a guia e o restante do grupo.²⁷³

Essa solidariedade afetiva entre os turistas também é sentida por Robson na forma de uma sensação de pertencimento ao grupo. Ao relatar sua preferência por viajar em excursão, ele argumenta que o grupo proporciona segurança em relação a um “saber agir” diante de um ambiente novo:

[...] nas viagens em grupo, você sai de casa sozinho, quando entra no ônibus também está sozinho, mas quando você parte realmente está com todo mundo. Viajar sozinho não é muito bom porque tu sempre ficas meio deslocado [...] Em grupo sempre é melhor, o ser humano é muito prestativo, um ajuda o outro [...].²⁷⁴

²⁷³ DC3 - “Gramado e Canela”.

²⁷⁴ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

Dona Olinda também compartilha desse sentimento, inclusive, considera importante estar em grupo durante outras práticas sociais que vivencia com o esposo:

Eu acho que viajar em grupo, além de ser mais divertido, tu conhece outras pessoas, conversa. Ah! É bem melhor que ir sozinho, senão ficamos sós, os dois. Nós não gostamos de sair nem numa festa sozinhos, se não for outro casal junto a gente nem gosta. Nós gostamos de ter sempre alguém junto, parece que a gente se sente mais seguro [...] Tem excursões que tu vai que as pessoas são mais abertas, estão mais para amizade. Essa que a gente foi agora, os casais ficaram mais em grupinhos então, não se juntavam muito. A gente chegou perto de uns para conversar um pouco, mas vimos que não gostavam muito de conversa, aí a gente foi saindo. E eu gosto justamente por isso, para conversar e para conhecer.²⁷⁵

Numa sociedade em que o velho não é mais uma referência para os outros, também “não pode” ser para si mesmo. Num mundo em constante transformação, a sabedoria adquirida ao longo de uma vida inteira não lhe confere qualquer segurança. Diante de qualquer espaço novo ou situação desconhecida, o idoso tem dúvidas sobre como agir para além da postura de turista, e mesmo para isso é importante ter a presença de outro turista com o qual compartilhe e legitime um novo comportamento.

Se pudéssemos sintetizar os sujeitos investigados em uma figura, ela poderia ser a do “velho turista”. Esse, no entanto, não poderia ser identificado com o camponês sedentário, por ser velho, nem com o marinheiro viajante, por ser turista. Essas figuras arcaicas da *experiência* (BENJAMIN, 2012e) possuíam autoridade e tinham muito a contar, o primeiro por viajar no tempo e o segundo por viajar no espaço²⁷⁶. Embora coadune a experiência da viagem no tempo e no espaço, o velho turista não possui autoridade para comunicá-la como possuíam as

²⁷⁵ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

²⁷⁶ Segundo Ferreira (2013), estas duas perspectivas, daquele que viaja no tempo, o velho, e daquele que viaja no espaço, o marinheiro, são apontadas na sentença popular “quem viaja tem muito que contar” resgatada por Benjamin no ensaio *O narrador...*

figuras benjaminianas do velho e do viajante, e com isso resta-lhe conviver individualmente com a sua experiência. Diante desse contexto, frequentemente considera-se e é considerado tábula rasa frente ao mundo, precisando do outro como suporte para seguir.

Retomamos essas personagens porque, ao mesmo tempo em que despertam a discussão sobre as transformações da comunicação, com a passagem da narrativa para o romance e, posteriormente, para a informação, conforme abordamos no capítulo anterior, também dizem sobre as mudanças nas formas como nos relacionamos com o mundo e com os outros. Enquanto a narrativa oral, caracterizada pela comunicação partilhada, favorecia a formação de uma sociabilidade marcada por um sentimento de comunidade – pois não se tratava apenas da transmissão de um saber, mas da incorporação, ressignificação e retransmissão de histórias que serviam para a formação de *experiências* coletivas e individuais – as novas formas de comunicação restringem as *experiências* ao âmbito individual e solitário (BENJAMIN, 2012e), privilegiando formas de sociabilidade cada vez mais distantes e determinadas racionalmente.

Despojado da *experiência*, antes concedida pelo tempo e pelos espaços “viajados”, resta ao velho turista, como referente social, o seu corpo. Este, reconhecido pelo marcador biológico e social da idade, passa a ser determinante para a construção dos relacionamentos sociais que ele desenvolve, o que também podemos chamar de biossociabilidades²⁷⁷ (ORTEGA, 2003, 2008). Não é mais um conselho, um legado ou uma *experiência* a ser compartilhada num universo comum que formam as sociabilidades no contemporâneo, tampouco, como diz Ortega (2003) os critérios de agrupamento tradicional como raça, classe ou orientação política. Segundo o autor, as biossociabilidades são sociabilidades constituídas por grupos de interesse privado, reunidos segundo critérios de “saúde, performances corporais, doenças específicas, longevidade etc.”. No interior desses agrupamentos sociais:

Criam-se novos critérios de mérito e reconhecimento, novos valores com base em regras higiênicas, regimes de ocupação de tempo,

²⁷⁷ Francisco Ortega toma de empréstimo o conceito de biossociabilidade de Paul Rabinow, que o desenvolveu a partir do entendimento que o estatuto biológico passou a atuar como fator determinante da cultura, ou seja, que a formação de novas identidades e práticas em grupo estivessem sendo determinadas pelas variáveis biológicas.

criação de modelos ideais de sujeito baseados no desempenho físico. As ações individuais passam a ser dirigidas com o objetivo de obter melhor forma física, mais longevidade, prolongamento da juventude, etc. (ORTEGA, 2003, p. 63).

Importante notar que não apenas a formação de vínculos sociais, mas também as identidades (bioidentidades) e as práticas de cuidado de si (bioaccese) constituem novos processos de subjetivação do indivíduo contemporâneo, em que o corpo (suas práticas, seus cuidados e suas sensações) passou a ser o lugar privilegiado da experiência, constituindo a cultura somática do nosso tempo.

A busca dos idosos pela excursão consiste não apenas em estratégia de sociabilidade, mas de biossociabilidade, pois sabem que nela encontrarão pares com os quais se identificarão em função das suas singularidades corporais. Longe de serem puramente biológicas, essas singularidades não se definem somente pela faixa etária, mas em função de os componentes do grupo estarem integrados às normas e aos valores esperados e cobrados da população idosa. Segundo Ortega (2003 p. 65), “Os idosos da atualidade são apresentados como saudáveis, joviais, engajados, produtivos, autoconfiantes e sexualmente ativos”, passando a serem avaliados moralmente por seu enquadramento nestes padrões, ao que depende sua integração ao grupo biossocial. Quando o idoso viaja, supostamente se diverte e demonstra competência para cuidar de si, inclusive no âmbito afetivo, já que, no caso investigado, o turismo promove as “amizades de excursão” e a solidariedade afetiva, mesmo que ao preço de um convívio compulsoriamente voluntário.

É importante notar que a formação dos grupos biossociais tem como base um discurso que aparenta ser de resistência ao que é considerado deficitário. Em relação aos idosos isto se expressa em: praticar exercícios físicos contra a “inatividade”, buscar companhias em substituição ao “isolamento”, viajar e divertir-se no lugar da “improdutividade”. No entanto, a reivindicação por aquilo que compensaria essas “deficiências” se revela, segundo Ortega (2003), numa armadilha, na qual a aparente reivindicação pela autonomia converte-se em autogoverno, procedimento ainda mais rigoroso de autoexigência para que as práticas de cuidado de si estejam dentro dos padrões biossociais: “De fato, ganhamos autonomia, mas a autonomia para nos vigiarmos, a autonomia e a liberdade de nos tornarmos peritos, *experts* de nós mesmos, da nossa saúde, do nosso corpo” (ORTEGA, 2003, p. 66). A biossociabilidade construída na excursão se dirige, assim, mais para a adaptação dos idosos ao estilo de vida estimado –

aquele associado aos comportamentos e valores da cultura jovem, “ativa” e consumidora – do que para o reconhecimento e a valorização de modos de vida que lhes sejam próprios e da aceitação das individualidades.

“Amizades de excursão”, solidariedade afetiva e biossociabilidades constituem algumas características das relações sociais que os turistas encontram e constroem na excursão. Tais relações ganham contornos quando associadas ao tratamento aparentemente íntimo e à comercialização afetiva que envolve parte da convivência entre os turistas e entre estes e os profissionais da viagem, além de serem mais bem compreendidas tendo em vista o contexto de fragilização dos relacionamentos pessoais e familiares, conforme segue.

5.2 COMÉRCIO AFETIVO, ESPAÇO E VIDA FAMILIAR

Neste território móvel de biossociabilidades formado pelas excursões, a despeito da identidade etária, convivem pessoas de diferentes estratos sociais, variando especialmente entre os médios e baixos, o que repercute diretamente na quantidade e frequência de viagens realizadas. Para os “turistas profissionais”, que viajam mais, as interações e a formação das “amizades de excursão” são facilitadas na medida em que passam a se reconhecer de outras viagens. Embora não expressem verbalmente, os olhares sabem-se cúmplices de uma experiência em comum vivenciada anteriormente, permitindo que do reconhecimento visual e do cumprimento tímido inicial, surja o compartilhamento à mesa, as conversas, a companhia para o restante da viagem e, quiçá, o arranjo para uma próxima excursão.

Os “turistas profissionais” também são dotados de maior conhecimento sobre os lugares visitados e um “saber agir” que facilita a aproximação com os demais, sendo muitas vezes os responsáveis por romper o silêncio e iniciar a interação. Por outro lado, houve situações em que o seu *know-how* de turista também lhe fizesse separar-se do grupo para visitar outros lugares ou ficar mais tempo junto a atrações de sua preferência, restringindo a companhia a outros “turistas profissionais” ou condicionando-a entre os turistas que eles convidaram para a atividade.

A valorização das relações pessoais vividas ao longo da viagem não se restringe àquelas estabelecidas entre os turistas, mas também entre estes e os profissionais envolvidos. Além do serviço compatível

com suas funções, o turista exige dos profissionais (guia, motorista, recepcionista do hotel, atendente do restaurante) um tratamento íntimo e pessoal, o que fica bastante claro na fala de Laís quando diz: *Gostei daquele ônibus pequenininho que a gente andou, muito bom também, motorista muito atencioso com a gente, era o Seu João. O outro motorista também, todos eram legais. Quando a gente descia eles davam a mão para a gente, sempre com muita atenção.*²⁷⁸ O diálogo do casal Olinda e Vilson também aponta para o tratamento pessoal esperado do motorista:

Olinda: O motorista também é muito importante. O motorista eu acho que é o principal numa viagem. Além de ser responsável, também deve ser uma pessoa assim alegre, amiga também. Aquele motorista de Blumenau não era legal.

Vilson: Nós fomos agora para Itá e o cara [motorista] era uma maravilha. Sentava-se à mesa para conversar com a gente, participa mesmo da viagem.

Olinda: Ele passava em cada mesa, cumprimentava cada um que estava tomando café da manhã, perguntava se tínhamos dormido bem. Já aquele outro não era legal.²⁷⁹

Além de dirigir, servir e indicar, é exigido dos profissionais do turismo, possivelmente mais do que aos de outros setores, um sorriso agradável, um tratamento pessoalizado e com status de diferenciado, gracejos, amabilidade e tempo para conversas, algo que podemos reconhecer como um “trabalho emocional”, como observa Urry (1996). Não há dúvidas de que a qualidade da interação social entre fornecedor e consumidor faz parte do produto turismo, mas o que queremos chamar a atenção é para a presença de uma “comercialização de sentimentos

²⁷⁸ Laís - Comerciaría aposentada, 85 anos, viúva, 2 filhos. Mora sozinha. Ensino Médio. Natural de Recife e residente em Florianópolis há 1 ano. Viajou com a amiga para Gramado. Entrevista em 26/03/15.

²⁷⁹ Casal Vilson e Olinda - Vilson: Técnico em enfermagem e radiologia aposentado, 64 anos, casado, 1 filho que não reside com ele. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau. Olinda: Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

humanos” (URRY, 1996). O autor faz uso desta expressão ao se referir ao duro treinamento administrado aos comissários de bordo, outro grupo específico de profissionais em que a interação social constitui grande parcela do produto do qual seu serviço faz parte. Embora, para o autor, este aspecto seja menos aparente em outras ocupações, podemos identificar a comercialização de sentimentos em praticamente todo o processo da viagem, desde o embarque cordialmente realizado pelo motorista ao sorriso de “volte sempre” do recepcionista que faz o *check-out* no hotel. Porém, isso não poderia ser mais explícito do que na relação estabelecida entre guias, motoristas e turistas, especialmente por meio da prática da “caixinha” ao final da viagem. Essa prática consiste na contribuição “voluntária” de algum valor em dinheiro para ser repassado ao motorista e ao guia. Em todas as viagens acompanhadas, a iniciativa foi tomada por algum turista ao final da viagem e não foi questionada pelos demais, já que, como diz Paulo, *Isso é de praxe, sempre que se faz um passeio, se faz essa coleta para o motorista.*²⁸⁰

Como a remuneração formal/oficial do guia e do motorista independe da “caixinha”, o anúncio da quantia recolhida soa como o valor simbólico atribuído ao trabalho emocional destes profissionais. De alguma forma se está dizendo que, quanto mais dinheiro foi arrecadado melhor foi o serviço (atividade profissional, mas acima de tudo emocional) que os profissionais realizaram, em outras palavras, revela-se o quanto conseguiram agradar seus clientes. O valor é anunciado em voz alta pelo turista que voluntariamente realizou a arrecadação, algo que serve menos como prova de sua honestidade do que como divulgação da avaliação do trabalho emocional desenvolvido pelo profissional, assim como divulga se a avaliação foi “justa”, ou seja, se o total arrecadado foi compatível com o desempenho do profissional neste aspecto.

O reconhecimento do desejo e da necessidade dos turistas idosos por convivência e interação por parte do mercado turístico repercute diretamente no esforço dos guias em proporcionar um clima de proximidade, por exemplo, com uso de palavras que aludem ao âmbito familiar e com a organização das refeições em mesas coletivas. As empresas e os profissionais ajudam a criar a ilusão do clima pessoal e íntimo que o turista deseja, e para tanto incorporam no vocabulário

²⁸⁰ Paulo - Professor aposentado, 69 anos, casado, 3 filhos que não residem com ele. Pós-graduado. Natural e residente de Florianópolis. Viajou com a esposa para Blumenau e Lages. Entrevista em 10/12/14.

palavras e expressões que conferem o “espírito familiar” das relações sociais construídas no grupo de viagem:

Após a partida de Florianópolis em direção a Blumenau, o guia explica que a “família” ainda não está totalmente reunida, que é preciso pegar mais 11 pessoas em Campinas. Ele faz piada com o seu nome e, ao apresentar o motorista, todos batem palmas.²⁸¹

Assim que partimos, a guia deseja uma ótima viagem a todos, diz que espera que saíamos apaixonados por Gramado e principalmente com mais amizades. Apresenta o motorista e pede que ele nos guie com segurança, todos batem palmas.²⁸²

Retornando do *city tour* em Gramado para o hotel, o guia explica que algumas pessoas vão descer no Museu do Perfume, mas quem quiser ir direto para o “lar doce lar” [o hotel], pode permanecer no ônibus.²⁸³

À medida que passam as horas e os dias de viagem, os turistas paulatinamente incorporam esse vocabulário no tratamento uns com os outros, ou quando se referem ao grupo de forma genérica. Ao contar sobre uma longa viagem feita em excursão, Olinda relata: [...] *uma coisa que eu gostei, pessoalmente, foi que foram 22 dias que não deu nenhum tititi, não deu nada de errado. Formamos uma família.*²⁸⁴ Embora as viagens que acompanhamos tivessem duração bem inferior a esta relatada por Olinda, também observamos que as relações inicialmente consideradas do âmbito das “amizades de excursão” adquiriam gradativamente um status comparável àquelas vividas na esfera familiar, pelo menos no uso da linguagem como, por exemplo, aconteceu na viagem a Gramado em que “Um casal que tenho

²⁸¹ DC1 - “Magia de Natal em Blumenau”.

²⁸² DC3 - “Gramado e Canela”.

²⁸³ DC3 - “Gramado e Canela”.

²⁸⁴ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

acompanhado de forma mais próxima brinca dizendo que sou sua filha emprestada e pede para tirar uma fotografia comigo.”²⁸⁵

Poucas coisas, porém, remetem mais ao “espírito” de família durante a excursão do que a chamada fotografia oficial do grupo. Seja por um pedido do guia, a solicitação de um turista, ou pelo oferecimento de um serviço por um fotógrafo especializado, em todas as viagens houve um momento em que os turistas se reuniram para uma fotografia coletiva que muito lembra os registros de eventos familiares, em que uma grande parte da família se encontra. Uma dessas situações é descrita a seguir:

Minutos antes do horário combinado para a saída a um ponto turístico, um grupo de turistas já se aglomera na entrada do hotel. Um homem desconhecido, com uma máquina fotográfica pendurada no pescoço, pede para os turistas irem a um ponto específico, de onde pode ser registrada toda a fachada do hotel, para tirarmos a fotografia oficial do grupo. Os turistas atendem à solicitação e se dirigem lentamente ao local. O fotógrafo posiciona algumas cadeiras em linha e pede que algumas pessoas sentem e outras fiquem de pé atrás das cadeiras. Todos aguardam o restante do grupo e quando o guia dá o sinal que estão todos lá, o fotógrafo faz o registro com a sua câmera e, atendendo à solicitação, com a câmera de alguns turistas. Após o registro, o fotógrafo mostra um exemplo do produto que pretende vender pelo valor de vinte reais. Trata-se de uma fotografia do grupo em tamanho médio colada a um encarte no qual aparece pontos turísticos de Gramado e um local para colocar os nomes de cada integrante do grupo. Dez pessoas aceitam o produto e combinam o horário para pegar a fotografia.²⁸⁶

Apesar desse tipo de fotografia representar alguma intimidade e remeter a uma imagem familiar, a fragilidade dos vínculos, ou contatos ali estabelecidos é revelada pela necessidade de haver um espaço, atrás do suporte da fotografia, para colocar os nomes dos “amigos” feitos na viagem, o que parece ser uma tentativa de manter uma proximidade daqueles que nem sequer lembraremos os nomes. A tentativa de tornar

²⁸⁵ DC3 - “Gramado e Canela”.

²⁸⁶ DC3 - “Gramado e Canela”.

os desconhecidos mais íntimos (mesmo que por dois ou três dias) fica clara também na despedida da guia local do passeio a Curitiba, quando ela agradece a nossa companhia e diz: “não existem desconhecidos, mas amigos que ainda não foram apresentados”.²⁸⁷ Todos batem palmas e sorriem. Essas estratégias fazem parte dos mecanismos de segurança emocional, tal como nos referimos no primeiro capítulo do trabalho. É preciso dar conforto e garantir que o turista encontrará o que procura, mesmo que isto esteja no plano subjetivo das relações e sentimentos.

Tendo em vista a sujeição dos idosos a este tipo de relação, a questão que fazemos é sobre a intensidade e a qualidade dos relacionamentos vividos fora da viagem: quais são e como são as relações sociais vividas por estes idosos no seu cotidiano, o que faz com que sintam necessidade de buscar na viagem outras ou novas sociabilidades? Como são as suas relações familiares e de amizade para que nomeiem desconhecidos como amigos e atribuam o sentido de “família” ao grupo da excursão? E, ainda: a exigência dos turistas idosos por um tratamento pessoal dos profissionais do turismo poderia indicar a fragilidade das suas relações cotidianas?

A partir das análises que faz sobre a subjetividade e a sociabilidade contemporânea, Christopher Lasch²⁸⁸ (1983) defende que estaríamos diante de um enfraquecimento da genuína vida íntima e da fragilização das experiências de relacionamentos pessoais e familiares. Embora o diagnóstico do autor dirija-se especialmente à sociedade estadunidense, isso não impede que suas contribuições ajudem a pensar outras sociedades “nas quais predomina o individualismo como valor” (WANDERLEY, 1999, p. 34), e na sociabilidade dos idosos em particular.

Assim como diversos autores contemporâneos que abordaram o problema da vida pública sob diferentes perspectivas (SENNETT, 1999; ARENDT, 2010), Lasch também observa o esfacelamento desta esfera, com um recuo das atividades políticas e sociais em detrimento às preocupações de caráter unicamente pessoal. No entanto, ampliando

²⁸⁷ DC2 - “Natal Encantado em Curitiba”.

²⁸⁸ O historiador Watson Christopher Lasch é considerado um importante crítico das sociedades industriais modernas e está inscrito na tradição da Escola de Frankfurt (WANDERLEY, 1999). No livro que utilizamos, *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*, Lasch analisa a sociedade norte-americana a partir de estudos de psicanalistas sobre as características das personalidades narcísicas e das condições estruturais daquela sociedade.

essa análise, argumenta que isso não significa que há uma sobreposição da esfera privada em relação à esfera pública, nem um fortalecimento da vida íntima e das relações pessoais de forma qualitativa. Ao contrário:

Nossa sociedade, longe de favorecer a vida privada à custa da vida pública, tornou cada vez mais difícil de serem conquistadas amizades profundas e duradouras, casos de amor e casamentos. À medida que a vida social se torna cada vez mais hostil e bárbara, as relações pessoais, que ostensivamente proporcionavam alívio para estas condições, assumem o caráter de combate. (LASCH, 1983, p. 53).

O esfacelamento da vida privada e a fragilidade das relações pessoais, como diagnostica o autor, teriam origem na atual incapacidade de o sujeito “identificar-se com a posteridade ou de sentir-se parte do fluxo da história” (LASCH, 1983, p. 77). A descrença com o futuro e com a capacidade de transformá-lo, assim como com a possibilidade de aprender com o passado ou de reconhecer qualquer valor alcançado por meio da *experiência*, levam a um desinteresse com as coisas do mundo e com os outros e ao enfraquecimento do elo entre as gerações, como já apontamos a partir de Benjamin (2012e). Com isso, a família perde gradativamente a capacidade de acolher e a autoridade para orientar e servir de referência, sendo que as funções antes atribuídas a ela, como a transmissão de valores e de cultura, passam a ser transferidas para especialistas e profissionais de áreas como a educação e a saúde, enfraquecendo os vínculos familiares (LASCH, 1983). Não só as relações de parentesco, mas os demais vínculos de comunidade e amizade se fragilizam com a perda do sentido de pertencimento histórico, de modo que os sujeitos passam a viver para si “não para os que virão a seguir ou para a posteridade” (LASCH, 1983, p. 25).

Pertencentes a uma geração em que, acreditamos, a instituição familiar ainda oferecia referências, os turistas idosos não nos parecem com aqueles que não tiveram a quem buscar orientação, mas, provavelmente não são mais em quem os filhos ou os jovens buscam referências. Como nos referimos anteriormente, muitos são aposentados e já não possuem relações formais de trabalho, moram sozinhos ou com os cônjuges e, entre os que têm filhos, estes já não residem com eles. Dessa forma, encontram-se sob um vazio emocional contra o qual buscam apoio em relações sociais para além do lar, seja em instituições especializadas para atendê-los, seja por meio de atividades de lazer, saúde [...] ou pela viagem.

Quando, por exemplo, dona Ana diz que *chega uma certa idade a pessoa precisa de amizade*²⁸⁹, e por isso acha bom viajar em excursão, entende-se que estas amizades lhe faltam no cotidiano e por isso utiliza a viagem como estratégia para consegui-las, mesmo que seja sob forma comercializada ou adaptando-se aos padrões das relações biossociais. De forma mais objetiva, Fernando relata um enfraquecimento das relações íntimas e familiares do seu cotidiano, o que atribui à idade avançada e à mudança de residência da cidade de São Paulo para Florianópolis:

Acontece aquilo que eu ia te falando, vai se espaçando, cada um vai tomando um rumo e, de repente, você vê que desaparece [...]. A agenda [de amigos] vai diminuindo. Talvez por causa da idade que vai chegando. [...] Os filhos vão crescendo e não querem mais viajar com a gente [...] Afinal de contas não é nada fácil, ainda mais lidando com perdas [falecimentos] e mudança de Estado. O acolhimento [em Florianópolis] é muito relativo então isso aí [a viagem] compensa em parte a solidão presente.²⁹⁰

A idade e a mudança de cidade também são indicadas por dona Márcia como aspectos que dificultam a formação de amizades. Ela relata o teor da única amizade que diz ter:

Agora o que eu não consigo aqui é fazer amizade como em São Paulo. Lógico que eu nunca vou fazer amizade de 40 anos como lá, mas o povo daqui é muito fechado. Ou porque são parentes, primos e sei lá o que de pescador. Não que eu queira uma amizade de me enfiar nas casas. A única amizade que eu tenho é com a Dona Maria [vizinha] porque ela também é sozinha. Mas é uma amizade, assim, que uma sabe que pode

²⁸⁹ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

²⁹⁰ Fernando - Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

contar com a outra, mas sem muito “cheguei”. E assim é a vidinha.²⁹¹

Ambos os turistas citados se mudaram para Florianópolis há cerca de dois anos para estarem mais próximos geograficamente dos filhos. Os relatos sobre as perdas de relações sociais e a dificuldade de construção de novas não se limitam ao período que estão na cidade e não é exclusividade deles, trata-se de uma fala recorrente entre os demais idosos, mesmo entre aqueles que sempre viveram na mesma cidade. Diante desse contexto, o turista idoso busca mecanismos que recuperem sua rede de relações e convívio, o que, como vimos, tem sido feito também por meio das excursões. No entanto, esta busca não justifica o aceite de uma sociabilidade com as características que observamos na excursão, com suas delimitações de tempo e espaço bem demarcadas, sua superficialidade, comercialização e imediatismo. Esse tipo de sociabilidade não parece se formar apenas pela falta de relações no âmbito familiar, mas porque, assim como grande parte das relações pessoais contemporâneas, elas são conduzidas a partir de uma ética da sobrevivência, conforme elaborou Lasch (1983). Segundo o autor,

[...] as condições sociais hoje em dia encorajam uma mentalidade de sobrevivência, expressa em sua forma mais rude nos filmes de catástrofe ou em fantasias de viagens espaciais, que permitem uma fuga vicária do planeta condenado. As pessoas deixam de sonhar com a superação de dificuldades, mas simplesmente passam a sobreviver a elas (LASCH, 1983, p.75).

A ética da sobrevivência não se restringe à manutenção da nossa existência física, com a superação de problemas de caráter objetivo como o sustento financeiro e a violência nos centros urbanos, mas também se refere ao esforço de manutenção das nossas condições psíquicas, frente à “experiência subjetiva do vazio e do isolamento” em que está baseada a cultura contemporânea (LASCH, 1983, p.77). Tendo em vista a sensação de impotência diante do mundo com o declínio da vida pública e da ação política e, também, considerando que a vida íntima tornou-se incapaz de dar o conforto e amparo necessários, o indivíduo contemporâneo volta-se para um movimento de intenso

²⁹¹ Márcia - Auxiliar administrativo/empresária aposentada, 77 anos, separada, 3 filhos, 1 mora com ela. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 9 anos. Viajou com a amiga para Gramado. Entrevista em 27/03/15.

cuidado consigo, busca de bem-estar e gratificação imediatos, ele sobrevive a este mundo dando “prioridade a seu próprio direito de autossatisfação”, inclusive no âmbito das relações sociais, desenvolvendo uma personalidade narcísica, segundo Lasch (1983, p. 77).

Para além de uma patologia ou de uma análise puramente psicológica, o autor elabora o narcisismo como categoria social, em articulação com as mudanças das estruturas na esfera pública e no universo familiar, como vimos. Ele também se distancia da corrente associação deste conceito ao egoísmo, à autoadmiração ou a um individualismo antissocial, para elaborá-lo como mecanismo de sobrevivência, argumentando que o modo como nos relacionamos tem se constituído numa autodefesa contra tensões, incertezas, ansiedades e dependência em relação a outros indivíduos.

Entre outros aspectos, o homem narcisista é caracterizado, conforme Lasch (1983), pela desvalorização e desinteresse pelo mundo e pelo outro (que não seja diretamente ligado a si) ao mesmo tempo em que anseia por bons relacionamentos sociais, pois é dependente de gratificação e admiração externa, também tem medo da dependência emocional e por isso dá preferência à intimidade e aos relacionamentos instantâneos, sem envolvimento. Trata-se, portanto, de uma vida pessoal empobrecida de relações profundas, sinceras e duradouras, que, em última análise revela um profundo desencanto pelas relações pessoais, como descreve o autor. Somente a partir de tal desencanto o indivíduo poderia aceitar se relacionar de forma voluntariamente compulsória, como fez na excursão, e somente a partir de tal experiência de isolamento ele poderia atribuir valor de relações profundas (de amizade e familiares) ao convívio passageiro e superficial com os demais turistas.

A sociabilidade do turista é construída de forma que satisfaça apenas às suas necessidades emocionais imediatas. Já que pouco pode esperar em termos de um envolvimento profundo e duradouro, uma companhia para sentar à mesa, bater papo dentro do ônibus ou uma parceria para andar pelos pontos turísticos sem que se sinta abandonado, são suficientes e compatíveis com a ética da sobrevivência, na qual só as experiências privadas e momentâneas são valorizadas. A procura urgente por “intimidade”, expressa no esforço de criação de clima íntimo e familiar nas viagens (hoje levado ao extremo com a superexposição pessoal em redes sociais virtuais, *reality shows* e revistas de celebridade, ainda que os turistas investigados não estejam frequentemente nelas), não se dá fora desta ética. Antes de significar a

valorização das relações realmente interessadas pelo outro, escondem uma “crescente desesperança de encontrá-la”, como expõe Lasch (1983). Neste sentido, o autor continua esclarecendo que “As relações pessoais desintegram-se sob o peso emocional com o qual são carregadas. A incapacidade ‘de interessar-se por qualquer coisa depois da própria morte’, que dá tanta urgência à procura de relações pessoais no presente, torna a intimidade mais ilusória do que nunca” (LASCH, 1983, p, 230). Não por um acaso, a participação dos idosos e a exigência para se manterem em atividades que promovam a biossociabilidade constitui-se numa tarefa infinita, que não faz cessar suas queixas de “vazio interior”, a não ser no momento mesmo em que delas participam.

A gratificação imediata buscada nos relacionamentos não poderia se dar de “melhor” forma do que por meio das experiências de consumo e comercialização da afetividade construídas no interior da excursão, mais evidente no relacionamento entre turistas e profissionais, e mais sutil entre os membros do grupo. Em relação ao primeiro caso, a maioria das relações entre profissionais e turistas poderia ser mencionada como exemplo, mas a situação da “caixinha” é a mais radical: por um lado o guia tenta vender a sua própria personalidade como se fosse uma mercadoria, por outro, os turistas, ansiosos por afeto e atenção, estão dispostos a pagar por isso. No segundo caso, menos perceptível, estão as relações entre os turistas. Embora eles reconheçam a mútua necessidade de conforto emocional uns dos outros e por isso demonstrem solidariedade compartilhando momentos de convívio, os comportamentos cordiais trocados e a insistência em um suposto caráter íntimo das relações também demonstram preocupação em seduzir para angariar simpatias e suprir necessidades emocionais individuais.

O interesse pelo outro baseado na necessidade de reconhecimento da própria conduta e como apoio às sensações individuais é intensificado em uma cultura na qual o corpo tornou-se o último reduto de subjetividade/intimidade do indivíduo (COSTA, 2005). Como a moral do sujeito está sempre exposta, já que ela é avaliada a partir da sua aparência corporal e pela sua experiência sensorial, o outro relacional se torna mais um observador das condutas bioidentitárias, e ao mesmo tempo biossociais, do que um “parceiro de ideias comuns”. As relações estabelecidas são, ao mesmo tempo, de desconfiança pelo seu julgamento e dependência da sua aprovação.

Reforçando o que diz Ortega (2003; 2008), Costa (2005) caracteriza a participação e os relacionamentos biossociais pelo descompromisso com o outro e com o mundo, trata-se de uma vida centrada nas sensações individuais. Por isso no interior do chamado

turismo de experiência pouco interessa a vida do produtor de maçãs ou o valor da sua atividade para o desenvolvimento da região, o importante é poder tirar daquela atividade laboral uma experiência sensorial, além de acreditar na “pureza” do ato, como já mencionado. Da mesma forma o colega de turismo ganha importância à medida que dá suporte à sensação de familiaridade, pertencimento e segurança emocional, a que tanto o indivíduo necessita.

O preço pago pelos momentos de alívio da solidão é o consentimento de relações construídas a partir da superficialidade, brevidade e comercialização das “amizades de excursão”. Segundo Lasch (1983, p. 93), o modelo de sociabilidade que tem se estendido desde as relações de trabalho às mais íntimas das relações pessoais é aquele vivido pela prostituta:

Ela também se vende para viver, mas sua sedução pouco tem de um desejo de ser benquista. Deseja a admiração, mas zomba de quem a dá, e assim extrai pouca gratificação de seus sucessos sociais. Tenta mover os outros, enquanto permanece, ela própria, imóvel. O fato de viver em um meio de relações interpessoais não faz dela uma conformista ou um tipo “orientado para os outros”. Ela permanece sendo um ser solitário, dependente de outros somente como um gavião depende das galinhas. Ela explora a ética do prazer que substituiu a ética da realização, mas sua carreira, mais do que qualquer outra, recorda-nos que o hedonismo contemporâneo, do qual ela é o símbolo máximo, tem origem não na busca do prazer, mas numa guerra de tudo contra tudo, na qual mesmo as relações mais íntimas tornaram-se uma forma de exploração.

Sobre o exemplo apresentado, o autor esclarece que não se deve analisá-lo sob a perspectiva de que o prazer – ali exemplificado pelo ato sexual – tenha assumido as qualidades de desempenho e critérios de medida exigidos somente no trabalho, mas que as relações pessoais, independente da esfera da vida, se modelam àquelas que se estruturam no trabalho e, portanto, antes de ser uma preocupação com o desempenho próprio, a relação revela a busca competitiva de vantagens por meio da manipulação dos sentimentos do outro. As sociabilidades na excursão e os sentimentos dos turistas (e dos guias) não são iguais aos da prostituta, mas com eles guardam alguma semelhança. Primeiro, o fato de o turista estar inevitavelmente em meio a outras pessoas na

excursão também não faz com que resolva a falta de vínculos e afeto que possa vir a ter. Ele continua solitário. E segundo, seus relacionamentos também são, em certa medida, racionalmente construídos por meio de comportamentos organizados que expressem suas emoções calculando seus efeitos e influenciando as relações pessoais, para delas poder se beneficiar, por exemplo, com a sensação de segurança emocional, com a atenção do guia, com o acolhimento do grupo, com alguém para conversar [...].

A fragilidade da vida íntima também foi expressa pelos turistas pelo desprestígio do lar como espaço físico que poderia trazer algum aconchego e conforto. Como relata o Senhor Fernando, as viagens oferecem espaços propícios para o encontro interior, diferente da casa, pois *A casa é um refúgio, um teto, uma necessidade etc. Quando você está em um ambiente concretado, extremamente poluído, como é o caso da nossa cidade, a qualquer lugar que você vá a mais de 100 km você já está [...]. O lar é o lugar de trabalho, de estudo e de descanso.*²⁹² Ao diferenciar os espaços do lar e os espaços que seriam típicos do viajante, Alain De Botton (2003), expressa uma sensação de que o lar, lugar que anteriormente nos proporcionaria a maior segurança, tivesse nos traído, ao ponto que lugares totalmente impessoais possam nos trazer mais alívio. Ao analisar as obras do fotógrafo Edward Hopper, que retratam viajantes em lugares tipicamente dedicados a eles (hotéis, estradas, postos de combustível...), o autor interpreta que estes espaços poderiam ajudar a diluir a sensação de se estar isolado e poderiam solidificar uma nova noção de comunidade. É como se nestes lugares não estivessem as marcas das dores vividas no lar, pois:

A inexistência do calor doméstico, as luzes fortes e a mobília anônima podem acabar sendo um alívio em relação ao que costuma constituir os falsos confortos do lar. Pode ser mais fácil entregar-se à tristeza aqui do que numa sala de estar com papel de parede e fotos em molduras, a decoração de um refúgio que nos decepcionou (DE BOTTON, 2003, p. 62).

A radicalização dessa configuração social em que as experiências sociais parecem acontecer, especialmente fora do espaço cotidiano do

²⁹² Fernando - Policial Civil aposentado, 74 anos, casado, 5 filhos. Mora com a esposa. Ensino Médio. Natural de São Paulo e residente em Florianópolis há 2 anos. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 01/04/15.

lar e da vizinhança, é ilustrada por uma situação que presenciamos em um “dia livre” durante uma das viagens que acompanhamos.

Após o almoço em Lages, em frente ao restaurante, forma-se um pequeno grupo de turistas da nossa excursão; um senhor diz que está observando duas coisas curiosas no passeio, primeiro que não viu ninguém fumando e, segundo, que se aquela roda de conversa fosse na praça ao lado da sua casa, cada um estaria mexendo nos seus celulares e provavelmente aquela conversa não aconteceria. Um funcionário do hotel que participa da conversa relata situações de hóspedes que moravam na mesma rua e inclusive no mesmo prédio, mas só se conheceram no hotel.²⁹³

A situação faz lembrar a constatação de Friedrich Engels em relação ao paradoxo vivido nas grandes cidades em que, ao mesmo tempo em que se estabelece a aproximação física de milhares de pessoas, também se observa o afastamento do que lhes seria “a melhor parte de sua humanidade”, as relações:

Essa indiferença brutal, esse isolamento insensível de cada indivíduo em seus interesses privados, avulta tanto mais repugnantes e ofensivos quanto mais esses indivíduos se comprimem num espaço reduzido; e mesmo que saibamos que esse isolamento do indivíduo, esse egoísmo tacanho é em toda a parte o princípio básico de nossa sociedade hodierna, ele não se revela nenhures tão desavergonhadamente, tão autoconsciente como justamente no tumulto da grande cidade (ENGELS, 1848²⁹⁴ apud BENJAMIN, 1994a, p. 200).

Os relatos dos turistas apontam que não só as relações estabelecidas no lar e nas comunidades locais, mas todo o contexto cotidiano parece não fornecer mais as condições necessárias para as suas demandas emocionais e afetivas, fazendo com que os indivíduos procurem outros espaços, que podemos chamar de “desenraizados”,

²⁹³ DC4 - “Colheita da Maçã”.

²⁹⁴ ENGELS, F. **Die Lage der arbeitenden Klasse in England**. 2.ed. Leipzig: [s.n.], 1848.

como denomina Ortiz (1999)²⁹⁵. Em contrapartida aos espaços “locais” formados por hábitos cotidianos, valores regionais e interações enraizadas – que expressam “uma relação social ‘colada’ ao terreno no qual viceja” (ORTIZ, 1999, p. 59) – surgem os espaços desenraizados, ou desterritorializados. Estes são constituídos mais pela dimensão social do que por delimitações físicas, onde estão valores e símbolos ao mesmo tempo comuns a todos e não pertencentes a ninguém. Os espaços desenraizados possuem diferentes dimensões, podendo ser as cidades “globais”, as identidades planetárias (movimento ecológico), a internet (cyberespaços), uma memória “internacional-popular” (produzida pela mídia), e também lugares bastante específicos, como aqueles relacionados à viagem, como os hotéis, as rodoviárias, os aeroportos [...]. O turista busca apoio e referência nestes espaços desenraizados que se tornam sua nova casa, o novo lar em que encontram algum conforto. O estranhamento é aos poucos substituído por uma sensação de familiaridade proporcionada, sobretudo, pela experiência de consumo que estes espaços em comum oferecem, e cujo maior exemplo é o *shopping center*, como já destacamos a partir de Sarlo (2000).

5.3 PROJETOS DE VIDA HEDONISTAS E SOCIABILIDADES COEXISTENTES

Viver sob a ética da sobrevivência, ou seja, sob a forma de atividades e sociabilidades que só podem sustentar necessidades emocionais imediatas, revela, em última instância, a dificuldade de as pessoas estabelecerem projetos de vida que vão além do trabalho como puramente dever, e que incluam atividades que integrem toda a sua existência, e não apenas ocupações para passar o tempo e sobreviver a ele. Entre os idosos isso se torna mais evidente do que no restante da população em função do tempo, cada vez maior, após o fim das atividades produtivas formais. Tendo em vista que a esperança de vida do brasileiro é 74,9 anos, como mostramos, e que a idade média de

²⁹⁵ As novas relações com o espaço experimentadas no contemporâneo estão inseridas no debate da desterritorialização, que se refere ao fim das delimitações espaciais dos territórios e o encurtamento das distâncias devido ao movimento da globalização da economia e da mundialização da cultura (ORTIZ, 1999).

aposentadoria é de 53 anos, estamos falando de uma população que ainda vai viver cerca de 20 anos aproximadamente, chegando a 30 anos ou mais naquelas regiões em que os idosos tenham melhores condições de saúde e assistência. Embora o Brasil apresente realidades sociais bem diferentes e regiões muito aquém dos números apresentados²⁹⁶, o Estado de Santa Catarina e a cidade de Florianópolis costumam possuir indicadores acima da média nacional, nos dando um pouco mais de segurança para refletir sobre as dinâmicas desta população na sociedade a partir destas estatísticas.

Podemos dizer que ter 60 anos hoje é bem diferente de ter o mesmo na década de 1970, por exemplo, mas as pessoas desta idade também se encontram em situações de saúde bem diferentes daqueles que já chegaram aos 70 ou 80 anos. Como propõe o livro *Os novos idosos brasileiros: muito além dos 60?* (CAMARANO, 2004), fazer 60 anos não está mais associado, necessariamente, a uma última etapa da vida, embora possa estar a uma outra etapa, que tem a ver mais com o desligamento das atividades produtivas do mundo do trabalho, e com a pergunta sobre o que fazer com este tempo, do que com um estado de senilidade e decrepitude.

Acreditamos que grande parte dos participantes desse estudo, mesmo aqueles que não foram entrevistados, se encontra nesta “outra etapa” que se caracteriza menos por a sua idade em si, do que por uma condição social caracterizada pela disponibilidade de tempo e desobrigações familiares, além de boas condições financeiras. Neste aspecto, também são interessantes os dados referentes aos rendimentos da população idosa, cujos indicadores são significativamente maiores na capital de Santa Catarina, em comparação às médias nacionais. Enquanto que mais da metade da população brasileira idosa (53,06%) possui renda mensal *per capita* de até 1 (um) salário mínimo, em Florianópolis são 17,04% nesta faixa salarial, sendo que a 47,07% possui rendimentos superiores a 3 (três) salários mínimos (CENSO,

²⁹⁶ Sobre as diferenças econômicas e as consequentes desigualdades sociais entre as unidades federativas do Brasil, Borges, Campos e Silva (2015) apontam que “Enquanto os estados da Região Sudeste concentram mais da metade do Produto Interno Bruto (PIB), os 16 estados das Regiões Norte e Nordeste, somados, alcançam menos de 20% do PIB nacional. Tais desigualdades expressam-se em importantes diferenciais regionais demográficos, com as Unidades da Federação atravessando diferentes etapas da transição demográfica”.

2010)²⁹⁷. Além disso, as referências que pudemos obter com as entrevistas realizadas nas próprias casas dos turistas sugerem situações de estabilidade financeira, pois possuem renda fixa, carro e casa própria.

Apesar dos indicadores serem no geral positivos, e eles representam de fato um ganho significativo nas condições de vida dos idosos, essa população se encontra, muitas vezes, ociosa e desamparada de projetos pessoais e por isso procura desesperadamente e aceita antecipadamente quase tudo o que lhes oferecem. Dona Ana relatou sua situação e como literalmente preenche as horas do dia:

[...] já estou há 8 anos viúva, se eu ficar só aqui dentro de casa sozinha [...] não tenho filhos, era só eu e ele. Aí se eu ficar aqui dentro de casa sozinha o que vou fazer? Minha vida não tem graça né?! [...] Eu faço muito tricô, fiz curso de flores de E.V.A.²⁹⁸. No inverno faço uma porção de blusas de lã, mas eu dei tudo. Eu doo, eu não vendo. Eu faço e doo, porque daí eu tiro meu tempo né. E assisto muito à televisão, gosto de assistir a muita televisão e de estar por dentro das novidades da televisão.²⁹⁹

Já Robson, expressou como ao longo da vida sua atenção estava direcionada para o acúmulo de bens e aos cuidados com os filhos, sendo que, quando estes propósitos e necessidades foram cumpridos, ele viu-se sem saber o que fazer, de modo que começou a se preparar para o “tempo livre” por meio de novos estudos e viagens:

Quando a gente começa a vida da gente, a querer fazer dinheiro, adquirir patrimônio e melhorar a

²⁹⁷ No ano em que foi realizado o censo demográfico (2010), com as características gerais da população, incluindo seus rendimentos, o valor do salário mínimo era R\$ 510,00. Entre os idosos de Florianópolis, a maior faixa de rendimento mensal, *per capita*, naquele momento era correspondente a 5 (cinco) salários mínimos ou mais (CENSO, 2010). Em 2016, o valor do salário mínimo era R\$ 880,00.

²⁹⁸ E.V.A. é a sigla, em português, para *Ethylene Vinyl Acetat*. Trata-se de um material emborrachado, não tóxico e de baixo custo, utilizado para diversas finalidades, como esteiras para absorção de impactos na prática de artes marciais. Dona Ana se refere às folhas de E.V.A., mais finas e flexíveis, utilizada para artesanato e decoração.

²⁹⁹ Ana - Comerciante aposentada, 80 anos, viúva, sem filhos. Ensino Médio. Natural de Nova Veneza e residente em Florianópolis. Viajou com uma amiga para Curitiba. Entrevista em 18/12/14.

casa [...]. O objetivo é só arrumar a vida para ter um conforto. Não se pensa em turismo inicialmente. [...] Depois dos 57 anos comecei a pensar quanto tempo eu tenho de vida. Um ano? Dois? Cinco anos? Meu pai morreu com 39 anos e minha mãe com 52. Então, o histórico familiar para o meu lado é muito desastrado né? Então, se eu tenho mais cinco ou dez anos, vou aproveitar a minha vida. Eu ficava em casa sem fazer nada, assistindo à televisão, aí eu pensei que tinha que inventar alguma coisa. Então começamos a fazer algo para nós. Fomos estudar, porque os filhos saíram de casa. Enquanto você vive com teu filho e tua família em casa, tu tens uma rotina. Todo dia é diferente. Quando eles saem, tu te sente abandonado. Nós temos uma cabeça boa e conversávamos muito, então fomos estudar. Eu comecei a pensar que eu precisava fazer alguma coisa para quando eu me aposentasse. Porque eu não poderia ficar parado, a gente tem que ter alguma coisa, ou tu vai viajar, ou vai ajudar a igreja. Tu tens que te envolver em alguma coisa para não ficar inútil ali. Tem pessoas que até se adaptam em não fazer nada. Mas a gente teve uma vida sempre muito ativa [...]. Tem que começar a viver com menos adrenalina, para tu chegares lá e ter uma vida normal, senão tu começa a ter problema. Então eu comecei a me preparar para isso.³⁰⁰

Tendo em vista que, com muita frequência, as pessoas não sabem o que fazer com o seu “tempo livre”, não é de estranhar que muitas resistam a sair do trabalho formal e não apenas por necessidade financeira ou porque o trabalho as realize de fato. A preocupação de Robson sobre o que fazer quando parasse de trabalhar e sua organização nesta direção muito se aproximam do que Lasch (1983) chama de “obsoletismo planejado”. A expressão se refere a uma prática que se tornou comum no contexto estadunidense, mas que também tem correspondentes na realidade brasileira, em que as pessoas são incentivadas, ainda no período “produtivo”, a planejar as “atividades”

³⁰⁰ Robson - Representante comercial, 61 anos, casado, 2 filhos. Mora com a esposa. Ensino Superior. Natural de Florianópolis e residente em São José. Viajou com a esposa para Lages. Entrevista em 09/04/15.

que se ocuparão quando se tornarem “obsoletas” em suas profissões, de modo que possam sair do trabalho “sem pânico”. Esse planejamento envolve a procura por novos interesses, aprendizagem de algo novo e a prática de novos passatempos, como a própria viagem, de forma que, em nosso entender, a pessoa possa manter-se ocupada e assim, distrair o “medo da velhice e da morte”.³⁰¹ Embora o “obsoletismo planejado” corresponda à esfera profissional, também pode ser pensado no plano do trabalho doméstico. Não só para as funções profissionais, mas para os cuidados com os filhos e com a família, o idoso torna-se “obsoleto” e “precisa”, desesperadamente, planejar algo para que se esqueça de si mesmo, tal como podemos entender a partir do relato de dona Ana que não tem mais filhos e marido, e as funções da casa já não preenchem seu tempo.

Segundo Lasch (1983), tanto as abordagens que concebem a velhice como categoria social e sugerem que os idosos realizem uma série de atividades que lhes façam “sentirem-se vivos”, como as abordagens que a focalizam como um problema estritamente médico, encaram a velhice como algo imposto quase que externamente, ao qual não poderíamos simplesmente aceitar, mas lutar contra ela por meio de novas atividades culturais e estudos, exercícios, alimentação saudável, exames periódicos [...]. Estas determinações não garantem outra coisa senão a pura sobrevivência do idoso, também no plano psíquico, devido à ocupação do “tempo livre” que proporcionam. Trata-se de um conjunto de atividades sem ligação entre si, cujo objetivo é passar o tempo com fruição, o que pouco ou nada tem a ver com uma maior participação social e desenvolvimento pessoal como elas pretensamente propõem, pois quando a sociedade se refere aos velhos, “insistindo, ostensivamente, em um espírito de respeito e amizade, que eles não perderam o direito de gozar a vida, [...] lembra às pessoas idosas que elas não têm outra coisa melhor para fazer com seu tempo” (LASCH, p. 1983, p. 253), e as empurra para uma vida em que atividades de lazer e “tempo livre” passam a constituir a maior parte da sua existência.

³⁰¹ O medo latente da velhice e da morte é um elemento determinante no desenvolvimento de uma cultura em que predomina a ética da sobrevivência, como explica Lasch (1983). Entre os profissionais em atividade, tal medo se expressa, em parte, como temor de permanecer por muito tempo trabalhando na mesma empresa, como se estivesse “aprisionado” a ela, bem como pela estagnação dos seus conhecimentos profissionais, o que representaria sua “morte em vida”, o que a velhice também significa (LASCH, 1983, p. 70).

A partir do que os participantes idosos deste estudo nos apresentaram e que pudemos observar acompanhando as excursões e realizando as entrevistas, é possível afirmar que eles compartilham de um “projeto de vida hedonista” (COSTA, 1986, p. 138)³⁰², consoante a “ética da sobrevivência” que também é uma “ética do prazer” conforme apresentada por Lasch. Segundo Costa (1986), este tem sido o principal projeto da família ocidental a partir da década de 1970³⁰³, e se caracteriza precisamente pela busca de formas de vida centradas na autossatisfação e no prazer imediato, ou seja, no investimento privilegiado no corpo e naquilo que pode ser mediado corporalmente. A concretização deste projeto se dá por meio das atividades que proporcionam diversão, inseridas no universo do entretenimento. É aí que o indivíduo deve encontrar o sucesso e os altos níveis de desempenho hedonista.

O problema da participação social realizar-se principalmente pela via do entretenimento é que, nesta dimensão, o sujeito abstêm-se ou é tomado de sua autonomia e de seus princípios éticos para converter-se em espectador e consumidor, em alheamento moral em relação ao outro e ao mundo, por meio do prazer (COSTA, 2005). A dificuldade de o sujeito desenvolver projetos pessoais independentes daqueles

³⁰² No livro *Violência e Psicanálise*, Jurandir Freire Costa (1986), faz diversas considerações sobre a obra de Christopher Lasch. Estas transitam de críticas específicas, como o uso do termo “narcisismo” sob o ponto de vista psicanalítico, mas também na direção de promover algumas possibilidades de avanço na compreensão do diagnóstico social de Lasch, a partir da sobreposição da cultura somática, o que não inviabiliza o uso das análises do autor para a compreensão de fenômenos e situação mais específicas da sociedade.

³⁰³ Parte da tese desenvolvida por Lasch está baseada na ideia de que o indivíduo narcisista é fruto, em grande medida, da decepção em relação aos resultados gerados pelas ações dos grupos políticos da década de 1960. Tal estado teria provocado uma profunda indiferença em relação às atividades políticas e o confronto com formas repressivas da família burguesa tradicional. Com isso, abre-se espaço para a liberação sexual, a ideologia do prazer, da liberdade e da tolerância, porém, o que aparentemente seria aceitação do outro, esconde uma profunda indiferença. A relação causal entre o narcisismo patológico e o desinteresse político, não é considerada suficiente por Costa (1986), segundo o qual, se assim fosse, o individualismo competitivo que antecedia a fase narcisista atual ficaria sem explicação, como se tudo tivesse começado a partir desse momento da história.

preestabelecidos pela cultura somática sensorial, assim como de gerar vínculos pessoais significativos ou relacionamentos duradouros, ironicamente permite Costa (2005) adjetivar o indivíduo contemporâneo de turista, ou seja, uma personalidade carente de engajamento em relação aos lugares pelos quais passa e de vínculos verdadeiros com quem conhece.

Apesar de, em sua maior parte, serem relações breves, passageiras, condicionadas pela ética da sobrevivência e pela moral do entretenimento, observamos que ainda é possível encontrar algum tempo/espço durante as viagens de excursão para o encontro, a conversa e interações em que prevalece a honestidade sentimental e que sejam significativas na vida das pessoas. Se as gerações mais velhas têm pouco a compartilhar com as mais novas, diferentemente do que mostra o exemplo de Benjamin (2012c) sobre o moribundo³⁰⁴, talvez elas ainda possam trocar algo entre si e na excursão possam coexistir sociabilidades intrageracionais que não se resumam ao esforço de adaptação ou julgamento do outro, como acontece na biossociabilidade. Não nos momentos em que prevalece o “sobe e desce” do ônibus ou na “verificação” dos pontos turísticos, mas nos de menos subordinação à *cartilha turística*, de afrouxamento da disciplina, de esquecimento das preocupações com o desempenho de ser turista. Um deles é, por exemplo, dentro do ônibus. A despeito do seu caráter compulsório, a relação estabelecida com quem se divide a poltrona pode proporcionar um tempo importante de narração, como pude vivenciar na vigem a Curitiba, em que sento ao lado de uma senhora de 80 anos que me contou sobre sua trajetória de vida pessoal e sobre seus parentes. Em outro momento, também me dividindo entre os papéis de pesquisadora e colega de viagens, minha companheira de quarto, que conheci somente no momento em que nos acomodávamos no hotel, contou longa e detalhadamente sobre suas dificuldades e sérios problemas familiares. A conversa fluiu até que adormecêssemos.

³⁰⁴ A autoridade que tinham os mais velhos e a experiência que passavam para as gerações mais novas é retratada por Benjamin por meio da parábola em que um velho “no leito de morte, revela a seus filhos a existência de um tesouro oculto em seus vinhedos. Bastava desenterrá-lo. Os filhos cavam, mas não descobrem qualquer vestígio do tesouro. Com a chegada do outono, porém, as vinhas produzem mais que qualquer outra da região. Só então compreendem que o pai lhes havia transmitido uma certa experiência: a felicidade não está no ouro, mas no trabalho duro” (BENJAMIN, 2012c, p.123).

Mas há outros momentos em que, particularmente, notamos uma maior espontaneidade nos relacionamentos, são aqueles em que a identidade etária do grupo de idosos emerge a partir de algum elemento que lhes foi comum durante a vida, aí sim experimentam o compartilhar de histórias que se cruzam e se confundem:

Durante a visita a cantina de vinho, enquanto os turistas ouvem a explicação sobre o processo de fabricação do vinho artesanal, dois se afastam e começam a conversar, em seguida outros se aproximam. Próximo a eles encontram-se aleatoriamente objetos antigos (ferro de passar roupa a carvão, máquina de costura, lampião...); a partir da história de infância de um deles sobre um destes objetos a conversa se renova e continua com os diferentes relatos sobre as diferentes utilidades que davam aos objetos, fazem questão de compartilhar suas experiências regadas de sentimento e memória.³⁰⁵

Momentos como esses não fazem parte do roteiro, não estão incluídos no pacote e muitas vezes não são bem-vistos pelos guias ou demais turistas que reivindicam atenção à programação preestabelecida e agilidade para que o roteiro seja integralmente cumprido. Enfim, esses momentos de espontaneidade, que passam pelas experiências que afluem à memória, só se concretizam por meio da fuga do roteiro. Tendo em vista que a viagem muitas vezes é qualificada como uma fuga, ter que fugir do roteiro para que os momentos mais agradáveis se realizem, é tão irônico quanto o “dia livre” da programação, sendo que a viagem é considerada uma atividade de “tempo livre”. Mas são justamente nestes momentos de “fuga da fuga”, de “tempo livre do tempo livre”, que se encontram as brechas para relacionamentos de compartilhamento e valorização emocional do outro, o que pode ser observado, em certa medida no relato de dona Olinda:

A gente já estava com um problema de saúde na família, mas quando começa a conversar com os outros, tu vê que aquilo não era nada. Isso tudo é uma coisa que tu aprende, tu valoriza mais aquilo que tem, tu sente que não é nada diferente do outro, que todo mundo passa por aquilo ali e a gente muitas vezes não quer aceitar. Isso faz parte também da excursão, é uma coisa que eu acho

³⁰⁵ DC3 - “Gramado e Canela”.

legal, a gente conhece pessoas de outras religiões e conversa. Tudo isso é bem válido, eu prefiro viajar em excursão do que sozinha.³⁰⁶

Certamente o modelo de viagem como temos descrito não é composto por condições de espaço e tempo ideais para o estabelecimento de relações humanas duradouras e profundas, mas, o encontro de um grupo de uma mesma geração e com os mesmos objetivos, o de se relacionarem, favorece o surgimento do ouvinte, figura rara na contemporaneidade. O falar de si, das suas dores e prazeres da vida, das suas memórias, angústias e dos seus sentimentos, e principalmente daquilo que é comum à sua geração, proporciona o sentimento de pertencimento (passageiro) a uma coletividade e uma sensação de restauração para o corpo e para o espírito, afinal, como ensina Benjamin (2012d), contar e narrar também é curar. Em referência ao fragmento *Conto e cura* em que Benjamin confere a capacidade de cura à narração por meio dos exemplos da mãe que conta histórias para o filho doente e do paciente que relata sua doença ao médico, Vaz (2006a, p. 59) ressalta que se trata de trazer a dor ao nível da consciência e observa a importância dos gestos e das expressões corporais neste processo, portanto, da presença dos sentidos, “do relato presencial de uma experiência corporalmente vivida, mesmo que seja a de ouvir a narração”. O componente terapêutico da narrativa, ainda que esta não seja tecida na temporalidade e construída coletivamente como na narrativa tradicional, faz refletir sobre a importância do restabelecimento das relações sociais, dos espaços e estruturas de sociabilidades que não estejam atreladas à moral do entretenimento, como necessários para a saúde do espírito, para o enriquecimento e a realização do sujeito no mundo, inclusive como velho turista.

³⁰⁶ Olinda - Do lar, 66 anos, casada, 1 filho que não reside com ela. Natural e residente em Florianópolis. Viajou com o esposo para Blumenau. Entrevista em 22/12/14.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos no presente trabalho investigar a experiência do turista que viaja em excursão, tomando como objeto os aspectos formativos da sua relação com o tempo de lazer, com os objetos turísticos e com os pares, o que não se deu sem a análise de parte da estrutura e dos mecanismos da excursão como produto mercadorizado, inserido, portanto, na lógica da indústria cultural. Apresentamos, nestas considerações finais a síntese das principais questões levantadas em cada capítulo tentando, em certa medida, articulá-las.

Em um primeiro momento, identificamos e analisamos o uso de mecanismos disciplinadores próprios do turismo e a subordinação consentida e desejada dos turistas como garantia de diversão e *combate* à aventura. Ao mesmo tempo em que o controle dos riscos externos, dado pelo avanço nas condições objetivas relacionadas à infraestrutura na modernidade, permitiu que a viagem fosse praticada como aventura, o turismo frustrou este ímpeto obliterando os riscos inerentes à relação com o novo, o estranho, o desconhecido, o diferente que o deslocamento para longe de casa conservava. Juntamente ao desconforto e perigo da precária estrutura que havia até então, o turismo retirou do sujeito o ânimo e a coragem do espírito em defrontar-se de forma autônoma consigo mesmo, com os objetos e com o outro, por meio da antecipação, da explicação prévia e do direcionamento ininterrupto do seu pensar e agir, impedindo que, desta relação arriscada, pois incerta, ainda não necessariamente perigosa, pudesse aventurar-se. O único risco ainda inerente à prática turística é o de não se realizar como mercadoria, é não conseguir dar ao turista/consumidor a imagem ou a sensação falsa que aquele deseja. Ou seja, o risco de fracassar comercialmente.

Vimos, no entanto, que a excursão ainda pode conservar uma porção de aventura, quando a sua prática se apresenta como construção de algo novo, menos centrada no alcance ou no encontro com algo, do que na trajetória da sua busca, como, por exemplo, no processo de construção de novos valores sobre aqueles ligados ao patriarcado e corporificados em algumas mulheres, e que dona Júlia experimenta por meio da perda do medo de viajar e proporcionar-se prazeres, o que, para ela, se constitui em possibilidade de uma vida diferente da que antes vivera.

A previsibilidade, a certeza de encontrar o que já sabe e fazer o que deve ser feito, ao mesmo tempo em que impede a aventura, favorece a diversão, dada pela manutenção do turista no “âmbito das associações

habituais” (HORKHEIMER; ADORNO, 2015, p. 31). A diversão orientada proporcionada pela excursão, não se dá sem a integração do turista ao processo, por meio de um rigoroso disciplinamento determinado por um conjunto de regras e normas implícitas e explícitas que compõem o que chamamos de *cartilha turística*. Sabe ele que quanto mais dela se afastar, menores serão as chances de ver e fazer tudo aquilo que já fora definido como bom, melhor e importante, independentemente de seus próprios interesses e critérios de julgamento.

A *cartilha turística* expressa o caráter de *lazer total* no qual se configura o turismo em excursão. Suas lições se encarregam de orientar não apenas o papel de turista do “sujeito”, (o que ver, aonde ir, como fotografar), mas o papel de “sujeito” do turista (o que pensar e como agir), numa extensão que, resguardadas as exceções, compreende desde o despertar de manhã até o recolhimento à noite, por todos os dias de viagem. Além de ser de tempo integral, o turismo pode ser considerado um *lazer total* porque inclui todas as atividades (refeições, deslocamentos, visitas...) e envolve e determina desde a apreciação de uma obra de arte até as relações sociais no interior da viagem. Isto se complementa com um conjunto abrangente de mecanismo de controle que, tal como nas atividades laborais, inclui punições, premiações, vigilância mútua e autovigilância, com a função de garantir a performance que o turismo e o turista exigem de si e dos outros. Com os idosos, o processo ganha outras dimensões, o controle sobre ele assume um caráter tutelar perverso, de negação da autoridade que o tempo lhe confere(ria) à regência sobre suas atividades pessoais. Ainda assim, a viagem não deixa de oportunizar, para alguns, um subterfúgio à “patrulha” familiar que incide, muitas vezes, de forma ainda mais totalizante sobre suas vidas.

Aos mecanismos de controle e aos deveres que compõem a *cartilha* corresponde a produção de sentidos cada vez mais treinados, já que os estímulos a eles oferecidos constituem, no turismo, também em entretenimento e como tal, mercadorias de consumo destinadas a produzir sensações. Se a sobrecarga de estímulos produzida pela realidade, a partir do contexto da modernidade, constitui-se num narcótico para os sentidos (BUCK-MORSS, 1996), no turismo vimos como isto se realiza de diferentes formas: para o paladar, por meio do seu acionamento constante pelas inúmeras refeições; para a audição, pelos altos decibéis destinados a preencher o espaço auditivo e passar o tempo; para o tato, pela insensibilidade provocada pelas horas dentro no ônibus e, para a visão, pela sua ocupação e pelo predomínio absoluto frente aos demais, seja pelos *city tour* panorâmico no ônibus, que

mesmo quando não é no ônibus continua panorâmico, pelo direcionamento do olhar pelo guia que aponta em todas as direções o que “não pode” deixar de ser visto, como também o faz todo aparato de setas, placas e folders nos pontos turísticos. Se, por um lado, o turismo impõe à visão atenção e rápida apreensão, por outro esta também determina os ritmos e os “conhecimentos” da viagem, fazendo coincidir o tempo de permanência em uma atração turística e os “conhecimentos” feitos nelas com a quantidade de objetos de olhar. As imagens e as sensações visuais dão o tom da excursão, no extremo, elas constituem a excursão em toda sua extensão: antes do embarque, as imagens prévias determinam as expectativas, durante ela, a visão encarrega-se de confirmá-la e após o retorno para casa, a imagem registrada pela câmera é, muitas vezes, o que fica de lembrança do que passou.

Assim sendo, e a indústria cultural não falhando no que tange a “dar ao turista o que ele já sabe”, a experiência do sujeito pouco se altera em função da viagem. Quase tudo o que acontece aos sentidos no turismo lhes sucede como *vivência de choque*, na presença de um consciente desperto e ocupado em responder ao que lhe passa, implicando diretamente no enfraquecimento das forças mnemônicas (e por isso o caráter imprescindível do uso do recurso fotográfico) e miméticas (e por isso a valorização da apreensão direta do objeto pela informação). Ao sujeito, destituído de sensibilidade pela alienação sensorial, resta um corpo que, incapaz de identificar ou reconhecer os estímulos que lhe chegam, equipara-se a um organismo, que apenas os consume. No entanto, mesmo em meio a tal contexto, encontramos traços de sensibilidade na atenção prolongada a uma paisagem, num olhar desviado para objetos do passado coletivo, no perfume de uma flor que traz à tona uma memória de infância, no desvio do caminho indicado para “perder-se” numa nova orientação espacial [...]. Estes simples traços, mostram que ainda há (sempre há) força autônoma no sujeito para fazer um livre uso dos estímulos sensoriais, no sentido apontado por Agamben (2007), e para a construção de um “sistema estético de consciência sensorial”, como propõe Buck-Morss (1996).

A condução/orientação do guia e a disciplina do turista constituem parte da estrutura que compõe a indústria do turismo, à qual se soma o conhecido processo de padronização dos seus produtos. No que tange às excursões acompanhadas, identificamos alguns procedimentos como: a elaboração de roteiros que pouco ou nada variam quanto às categoria de objetos apresentados (natureza, história, comércio, espetáculos); a produção de diferenciações entre os lugares que justifiquem a viagem a outros lugares diferentes dos cotidianamente

vividos (a colonização alemã em Blumenau ou as baixas temperaturas em São Joaquim), mas também a produção da diferenciação de roteiros pela incorporação de “novos produtos” que justifiquem o retorno para um lugar conhecido (a Colheita da Maçã como novidade em Lages, o Passeio Rural como novidade em Gramado); os clichês e uso do vocabulário “familiar” dos guias; o conteúdo informativo dos objetos turísticos; a estrutura invariante do *city tour* (pórtico, praça, igreja, comércio e museu); o uso não apenas de estruturas, mas de conteúdos iguais (festas e espetáculos natalinos que ganham versões parecidas em praticamente todas as cidades que investem no mercado turístico, a não ser por diferenças nos nível técnico e tecnológico empregados); finalmente a apresentação de todos os objetos, “culturais” ou não, como entretenimento, apesar de, muitas vezes, conservarem particularidades de importância histórica e social que, final das contas, se deixa ver reificada e fetichizada pelo turista.

No interior dessa estrutura (da sua percepção, recepção, disposição e relação com os objetos), a experiência do turista assume uma disposição para *novidade* tornada *habitual* no interior da viagem.³⁰⁷ Os objetos e pontos turísticos não só nascem como são experimentados em seu obsolescimento, e só não são descartados no instante mesmo em que neles se chega (ou se visualiza), pela necessidade do registro fotográfico. Viver sob a expectativa do próximo objeto, do próximo lugar que já se sabe *sempre igual* torna-se habitual ao turista. Ainda que os objetos turísticos e a dinâmica percorrida na excursão sejam realmente diferentes do cotidiano, ele possui pouca disposição para estabelecer uma relação tão nova quanto supostamente esperaria na viagem. Esta não demanda ir para longe, mas uma relação *distante* com o objeto.

À recepção estética que exige um *distanciamento* (distância aurática) para a contemplação, o turista dá preferência a uma relação de *proximidade* com as coisas. Esta *proximidade* se expressa, em grande medida, no impulso de tentar apropriar-se do objeto, pela apreensão de suas informações, pela compra da reprodução em miniatura e pela captura da sua imagem pela fotografia. Ainda, a dinâmica de apresentação dos objetos da cultura naquilo que não por acaso são denominados *pontos* turísticos favorece uma percepção voltada à *aproximação*, pois além de desconectados entre si, eles são apresentados

³⁰⁷ As noções de *proximidade*, *distanciamento*, *novidade* e *novo*, *sempre igual*, *correspondência* e *aura* que seguem no texto correspondem ao alicerce teórico benjaminiano utilizado na tese.

isolados da rede de significação histórica e social que possam ter. Isso é constatado pelo tempo dispendido nos espaços de memória, na atenção quase exclusiva às imagens e àquilo que causa sensação.

Essa *proximidade*, no entanto, já estaria condicionada previamente pelo excesso de imagens armazenadas na nossa memória voluntária e que se tornaram tão familiares que dificilmente conseguimos perceber a realidade de modo diferente delas. Aqui vale ressaltar a implicação dessa forma de percepção, que não se refere unicamente ao campo visual, mas aos demais sentidos, para a fragilidade da formação de traços mais intensos correspondentes à nossa memória involuntária. A importância desta modalidade de memória se encontra na medida em que constitui aquilo se integra à nossa vida como permanência e alimenta uma satisfação plena, não experimentada com aquilo vivido como choque ou que nos apropriamos pela *aproximação*. Seu registro depende de uma relação aurática que requer uma *distância* do objeto por mais próximo que ele esteja, menos recorrente no gozo fugidio da posse, do que na fruição prolongada pela *correspondência* estabelecida entre quem “vê” e é “visto”. Que tal registro e experiência dificilmente se realizem no turismo é observado pelo desejo constante de fazer a mesma ou outra viagem, revelando a presença de um tipo de prazer que se esgota no instante mesmo do seu aparecimento e que é qualidade própria daquilo que é *novidade*.

O mesmo processo de infinito recomeço que caracteriza a realização de muitas (e das mesmas) viagens, se faz presente na tentativa de combater o tédio por meio da organização de um roteiro repleto de lugares para serem visitados, nas estratégias de distração no interior das atrações, e mesmo dentro do ônibus, com inúmeros artifícios para manter os sentidos ocupados. Desamparado em seu “tempo livre”, o sujeito busca fugir da rotina, mas encontra outra, igualmente monótona, pois as distrações correspondem ao prazer imediato, que diferem da satisfação duradoura proporcionada pelas relações mediadas pela imaginação. Para os idosos, que já não trabalham formalmente, a viagem assim como outras formas de lazer, parecem ajudar a retomar um ritmo de vida sem o qual eles não conseguem viver.

Como toda relação com os objetos e produtos da cultura são experimentados como distração e entretenimento na viagem, eles dificilmente podem se constituir em “conhecimento”, como almejam os turistas, e integrarem-se à memória, especialmente por que são apreendidos “automaticamente”, seja pela percepção visual, seja pelo conteúdo informativo, mesmo quando se propõe um turismo de experiência. Os fatos e as imagens, assim como as sensações, além de

terem seus conteúdos isolados no espaço e no tempo, são formas de comunicação enfraquecidas de palavra, portanto, politicamente impotentes.

Essa mesma fragilidade compõe, em alguma medida, a sociabilidade desenvolvida na viagem, que nada tem a ver com uma maior integração do idoso na sociedade, como apresentam os discursos que incentivam sua participação nas práticas de lazer. Antes de se constituírem em espaço para troca de ideias comuns, são espaços de ocupação para o entretenimento, em que os relacionamentos se constituem em suporte emocional com base na comercialização afetiva e na busca por sensações que a companhia do outro pode proporcionar. Entendemos que a sociabilidade desenvolvida entre os idosos na excursão é expressão do que Lasch (1983) diagnosticou como esfacelamento da vida privada, bem como da integração deste público na cultura somática que, como elabora Costa (2005), tem no corpo – em sua aparência e em seu desempenho social – a principal referência para a construção da identidade, das experiências de lazer e do convívio social.

Não é, no entanto, sem alternativas a este estado de coisas que a excursão se realiza e que pode vir a se realizar, tampouco é sem resistência a tudo isso que o turista experiencia a viagem, como algumas vezes mostramos ao longo do trabalho. Exemplo disso foi a situação do Jardim das Sensações que, contrariando a dinâmica visual da viagem, ofereceu a possibilidade de se experimentar diferentes essências naturais. Mesmo tendo fracassado, a princípio, outras atividades como esta podem ser inseridas na programação e, quem sabe, com mais tempo disponibilizado, permitir a retomada da perceptibilidade dos sentidos, mesmo no caso da visão, já tão enrijecida. Assim como a multiplicidade dos sentidos, a multiplicidade de caminhos e rotas pode ser possibilitada ao turista para o reconhecimento de uma nova cidade ou de um parque e, quem sabe, a exposição das diferenças entre elas possa ser valorizada e compartilhada entre todos.

Espaços de convívio diferentes do ônibus e da correria dos *city tours*, parecem ser ainda mais importantes entre os idosos, no turismo, de forma que talvez estes espaços possam ser organizados junto aos artefatos culturais para que com eles também se possa dialogar. Outras temporalidades, que não previamente condicionadas pelo cumprimento do roteiro poderiam favorecer o recolhimento necessário para a contemplação dos objetos, suficiente, quem sabe, para eles revidarem nosso olhar. Por sua vez, a elaboração de roteiros temáticos, que reúnam objetos complementares entre si, pode favorecer o entendimento de aspectos da história, da cultura ou da natureza, colocando-se como

alternativa à recepção destes objetos unicamente como entretenimento, bem como à enxurrada de informações isoladas frequentemente recebidas. Além disso, a valorização do risco, da dúvida e do estranhamento, assim como o combate à antecipação e à previsibilidade que determinam a recepção do turista do início ao fim da viagem, podem atuar em favor de uma relação de *distanciamento* entre ele os objetos culturais, permitindo-lhe percorrer outros caminhos (reais e simbólicos), que não unicamente o de antemão determinado. Mesmo sem comporem a viagem em excursão na íntegra, propostas que favoreçam outros sentidos, ordens e dinâmicas frente ao estado de controle quase absoluto dos/sobre os turistas, podem se configurar em exercícios de imaginação e criação, de relações de *correspondência* com o mundo, de outra forma, de prática da faculdade mimética, força propulsora da descoberta do *novo*, das experiências de satisfação e dos registros na nossa memória.

Para finalizar, diferente da forma como as atividades de lazer de forma geral vêm sendo desenvolvidas – ao mesmo tempo reforço dos ritmos da vida capitalista e distração para que se possa suportá-la – acreditamos que elas possam vir a ser portas de entrada para a restauração de capacidades sensoriais, intelectuais e afetivas que nos proporcionem modos mais sensíveis e autônomos de relacionamento com mundo e com os outros. Mas, mais do que pensar o lazer como espaço de possível formação, talvez possamos sonhar com o dia em que, seja trabalhando ou de férias, consigamos encontrar beleza e poesia, mesmo numa pequena viagem em nossa própria cidade, como teve condições e disposição para fazer Cecília Meireles (1998, p. 251):

Enfim, é como se hoje eu tivesse tirado férias, e saísse pelo mundo apenas para fruí-lo. Mas os senhores estão vendo que as férias já viraram artigo, isto é trabalho. Dada a beleza do passeio, alegra-me comunicá-lo aos sedentários, aos que viajam muito depressa, aos que não olham para as galantarias deste Brasil. Venham todos alegrar seus olhos nestes verdes azuis, nesta luz dourada, nestas águas cristalinas do caminho, e na cidade que agora começa docemente a escurecer.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: BENJAMIN, W; HORKHEIMER, M. et al. **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 165-191.

ADORNO, T. W. Tempo livre. In: _____. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos de Jorge Mattos Brito de Almeida. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2015. p. 103-117.

ADORNO, T. W. Indústria Cultural. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978. p.287 - 295.

AGAMBEN, G. **Infância e história**: destruição da experiência e origem da história. Trad. Henrique Burgo. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2005.

AGAMBEN, G. **Profanações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

ALMEIDA, M. G. Ambiguidades e contradições no discurso de naturofilia e nas práticas turísticas. **Desenvolvimento e meio ambiente**, Curitiba, v. 1, n. 18, p. 77-86, jul./dez. 2008. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/made/article/view/13425/9050>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

AMBRÓZIO, J. Viagem, turismo, vilegiatura. **GEOUSP - Espaço e Tempo**, São Paulo, n. 18, p. 105-113, ago. 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/73975/77634>>. Acesso em: 10 out. 2015.

ARENDT, H. **A condição humana**. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

AVELAR, S. M. M. Benjamin e a Aura. **Revista Exagium**, Ouro Preto, v. 1, p. 1-13, abr. 2008. Disponível em: <http://www.revistaexagium.ufop.br/PDF/Edicoes_Passadas/Numero1/6.pdf>. Acesso em: 06 maio 2016.

BARRENTO, J. **Limiares**: sobre Walter Benjamin. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 2003.

BARRETTO, M. **Cultura e turismo**: discussões contemporâneas. Campinas: Papirus, 2007.

BASSANI, J.; RICHTER, A. C.; VAZ, A. F. Corpo, educação, experiência: modernidade e técnica em Walter Benjamin. **Educação**, Porto Alegre, v. 36, n. 1, p. 77-87, jan./abr. 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/faced/article/view/11736>>. Acesso em: 10 maio 2013

BAUDELAIRE, C. **As flores do mal**. São Paulo: Martin Claret, 2003.

BAUMAN, Z. **Europa**: uma aventura inacabada. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

BENJAMIN, W. A doutrina das semelhanças. In: _____. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012a. p. 117-128.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: _____. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012b. p. 179-212.

BENJAMIN, W. **Diário de Moscou**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

BENJAMIN, W. Experiência e pobreza. In: _____. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012c. p. 123-146.

BENJAMIN, W. Imagens do pensamento. In: _____. **Rua de mão única**. 6. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012d. p. 147-285.

BENJAMIN, W. O Flâneur. In: _____. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994a. p. 185-233.

BENJAMIN, W. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: _____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012e. p. 213-240.

BENJAMIN, W. Paris do Segundo Império. In: _____. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994b. p. 9-101.

BENJAMIN, W. Parque Central. In: _____. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994c. p. 151-181.

BENJAMIN, W. Pequena história da fotografia. In: _____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012f. p. 97-115.

BENJAMIN, W. Sobre alguns temas em Baudelaire. In: _____. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994d. p. 103-149.

BENJAMIN, W. Sobre o conceito de história. In: _____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012g. p. 241-252.

BENJAMIN, W. Infância em Berlin por volta de 1900. In: _____. **Rua de mão única**. 6. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012h. p. 73-145.

BERQUÓ, E.; BAENINGER R. Algumas Características da População Idosa. In: _____. **Os idosos no Brasil: considerações demográficas**. Campinas: UNICAMP, Núcleo de Estudos de População, 2000. p. 27-54. Disponível em: <http://www.nepo.unicamp.br/publicacoes/textos_nepo/textos_nepo_37.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2017.

BOLLE, W. Viagem a Moscou: o mito das revoluções. **Revista USP**, n. 5, p. 117-134, mar./abr./maio, 1990. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/25538>>. Acesso em: 02 jan. 2017.

BORGES, G. M.; CAMPOS, M. B.; SILVA, L. G. C. Transição da estrutura etária no Brasil: oportunidades e desafios para a sociedade nas próximas décadas. In: ERVATTI, L. R.; BORGES, G. M.; JARDIM, A. P. (Org.). **Mudança demográfica no Brasil no início do Século XXI**: subsídios para as projeções da população. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. p. 138-151. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93322.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Lei nº. 8.842, de 4 de janeiro de 1994. Dispõe sobre a política nacional do idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências. [**Base Legislação**]. Brasília, DF, 1994. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8842.htm>. Acesso em: 21 nov. 2015.

BRASIL. **Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo**. FGV Projetos; Núcleo de Turismo, Ministério do Turismo. 9. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2013. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/pesquisa-anual-de-conjuntura-econ%C3%B4mica-do-turismo.html>>. Acesso em: 01 maio 2014.

BUCK-MORSS, S. Estética e anestética: o “Ensaio sobre a obra de arte” de Walter Benjamin reconsiderado. **Travessia**, Florianópolis, n. 33, p. 11-41, ago./dez. 1996. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/travessia/article/view/16568/15124>>. Acesso em: 20 out. 2016.

CAMARANO, A. A. (Org.). **Os novos idosos brasileiros**: muito além dos 60? Rio de Janeiro: IPEA, 2004. p. 1-22. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/Arq_29_Livro_Completo.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2016.

CENSO DEMOGRÁFICO 2000. **Características Gerais da população**: resultados da amostra. Santa Catarina – Florianópolis. Rio de Janeiro: IBGE, 2000. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/censo2000_populacao.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2015

CENSO DEMOGRÁFICO 2010. **Características Gerais da população:** resultados da amostra. Santa Catarina – Florianópolis. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=42&search=santa-catarina>>. Acesso em: 11 jan. 2015

CHAUÍ, M. Janela da alma, espelho do mundo. In: NOVAES, A. (Org.). **O olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988. p. 31 - 61.

COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978.

CORBIN, A. **O território do vazio:** a praia e o imaginário ocidental. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

COSTA, E. B. **A concretude do fenômeno turismo e as cidades-patrimônio-mercadoria:** uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2010.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura:** corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

COSTA, J. F. **Violência e psicanálise**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

COUTINHO, H. P. M.; COUTINHO H. R. M. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré**, Manaus, n. 3, p. 1-14, mar. 2007. Disponível em: <http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf>. Acesso em: 21. abr. 2016.

DE BOTTON, A. **A arte de viajar**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

DE MAISTRE, X. **Viagem ao redor do meu quarto**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1998.

DUARTE, L. S. A construção de Brasília como experiência moderna na periferia capitalista: a aventura. **Revista UFG**, Goiânia, ano 11, n. 6, p. 24- 36, jun. 2009. Disponível em: <http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/junho2009/construcao.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2016.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

ENZENSBERGER, H. M. **Com raiva e paciência**. Tradução de Lya Luft. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

FERREIRA, A. A. **A experiência, a metrópole e o velho**. Belo Horizonte, 2013. 336f. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/IGCC-9AYJ23/tese_adriana_angelica_ferreira.pdf?sequence=1>. Acesso em: 17 ago. 2016.

FIORI, J. L. Estado de bem-estar social: padrões e crises. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 129-147, 1997. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/physis/v7n2/08.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2015.

GAGNEBIN, J. M. Walter Benjamin ou a história aberta. In: BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. rev. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 7-19.

GOMES, C. L.; MELO, V. A. Lazer no Brasil: trajetória de estudos, possibilidades de pesquisa. **Movimento**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 23-44, jan./abr. 2003. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/2661>>. Acesso em: 05 abr. 2014.

GONÇALVES, C. A.; MELO, V. A. Lazer e urbanização no Brasil: notas de uma história recente (décadas de 1950/1970). **Movimento**, Porto Alegre, v. 15, n. 3, p. 249-271, jul./set. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/4557/5588>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos de Jorge Mattos Brito de Almeida. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2015. p. 7-74.

IBGE. **Tábua completa de mortalidade para o Brasil - 2013**: breve análise da mortalidade nos períodos 2012-2013 e 1980-2013. Rio de Janeiro: IBGE, 2014. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Tabuas_Completas_de_Mortalidade/Tabuas_Completas_de_Mortalidad_e_2013/notastecnicas.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2016.

ICOM. Internacional Council of Museums. Estatuto del ICOM. Texto aprobado el 24 de agosto de 2007 en Viena. Disponível em: <http://archives.icom.museum/statutes_spa.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2016.

LASCH, C. **A cultura do narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LEITE, I. B. Quilombos e quilombolas: cidadania ou folclorização? **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 5, n. 10, p. 123-149, maio 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v5n10/0104-7183-ha-5-10-0123.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

LIMA, F.; MAGALHÃES, S. Modernidade e declínio da experiência em Walter Benjamin. **Acta Scientiarum, Human and Social Sciences**, v.32, n.2, p. 147-155, 2010.

LOVISOLO, H. Tédio e espetáculo esportivo. In: ALABARCES, P. (Org.). **Futbolologías**: Fútbol, identidad y violencia en America Latina. Buenos Aires: CLACSO, 2003. p. 241-255. Disponível em: <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100919010923/alabarces.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

MAFFESOLI, M. **Sobre o nomadismo**. São Paulo: Record, 2001.

MEIRELES, C. **Crônicas de viagem**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998. Vol. 1.

MEIRELES, C. **Crônicas de viagem**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999. Vol. 2.

MELO, V. A.; PERES, F. F. Lazer, esporte e cultura urbana na transição dos séculos XIX E XX: conexões entre Paris e Rio de Janeiro. **Revista Logos**, ano 12, n. 22, 2005. Disponível em: <<http://www.logos.uerj.br/PDFS/anteriores/logos22.pdf>> Acesso em: 4 abr. 2014.

MENDES, K. R.; BUENO, R. I. Cecília Meireles e a crônica de viagem: roteiro para turistas aprendizes. **Estação Literária**, v. 11, p. 225-236, jul. 2013. Disponível em: <<http://www.uel.br/pos/letras/EL/vagao/EL11-Art16.pdf>>. Acesso em: 26 jun. 2015.

MIGUEL, M.E.G.B.; PINTO, M.E.B.; MARCON, S.S. A dependência na velhice sob a ótica de cuidadores formais de idosos institucionalizados. **Revista Eletrônica de Enfermagem**, v. 09, n. 03, p. 784-795, 2007. Disponível em: <<https://www.fen.ufg.br/revista/v9/n3/v9n3a17.htm>> Acesso em: 05 mar. 2016.

MOURA, C. E. M. **Estou aqui. Sempre estive. Sempre estarei:** indígenas do Brasil. Suas imagens (1505-1955). São Paulo: Edusp, 2012.

ORTEGA, F. **O corpo incerto:** corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

ORTEGA, F. Práticas de ascese corporal e constituição de bioidentidades. **Cadernos Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 59-77, 2003. Disponível em: <http://www.iesc.ufrj.br/cadernos/images/csc/2003_1/artigos/2003_1%20FOrtega.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2016.

ORTIZ, R. Um outro território. In: SIQUEIRA BOLAÑO, C. R. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999. p. 51-72.

PEREIRA, R. F.; WAISMANN, V.; SANTOS, R. B. S. Turismo para melhor idade: uma perspectiva de qualidade de vida. **Norte Científico**, v.4, n.1, dez. 2009. p. 185-201. Disponível em: <<http://wilikit.ifrr.edu.br/SISTEMAS/revista/index.php/revista/article/view/225>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

ROMANO, L. A. C. Viagens e viajantes: uma literatura de viagens contemporânea. **Estação Literária Londrina**, v. 10B, p. 33-48, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/estacaoliteraria/article/view/25719>>. Acesso em 10 jan. 2015.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 22, n. 44, p. 289-310, 2002. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26304403>>. Acesso em: 28 nov. 2014.

SANTANA, P. V. A mercadoria verde: a natureza. In: DAMIANI, A. L.; CARLOS, A. F. A.; SEABRA, O. C. (Org.). **O espaço no fim do século**: a nova raridade. São Paulo: Contexto, 1999. p. 177-189.

SANTOS, V. M.; GÓIS, M. N. A disciplina em Locke e a formação do homem burguês. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, UFS, v. 3, p. 79-86, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/revtee/article/view/2215>>. Acesso em: 5 jan. 2015.

SANTOS, P. M.; MARINHO, A. Participação de homens e mulheres em grupos de convivência para idosos em Florianópolis (SC). In: ENCONTRO CATARINENSE DE GERONTOLOGIA, 6., 2014, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Associação Nacional de Gerontologia de Santa Catarina - ANG/SC, 2014. p. 59-60.

SANTOS, P. M.; MARINHO, A. Conteúdos culturais do lazer e participação masculina em grupos de convivência para idosos de Florianópolis (SC). **Licere**, Belo Horizonte, v.18, n.4, dez. 2015, p. 281-231. Disponível em: <<https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1285>>. Acesso em: 9 nov. 2016.

SANTI, A. M. Walter Benjamin: tempo de escola - tempo de agora. Prolegômenos para uma educação para dias feriados. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 33, n. 118, p. 205-216, jan./mar. 2012. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87322726013>>. Acesso em: 15 maio 2106.

SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e videocultura na Argentina. 2.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

SCHLESENER, A. H. Mímesis e infância: observações acerca da educação a partir de Walter Benjamin. **Filosofia Unisinos**, São Leopoldo, v. 10, n.2, p. 148-156, maio/ago. 2009.

SENNETT, R. **Carne e pedra**: o corpo e a cidade na civilização ocidental. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SENNETT, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. Tradução de Lygia Araújo Watanabe. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SESC. Serviço Social do Comércio. **Contrato de prestação de serviço**. Contratante: Verônica Werle. Contratado: Centro de Atividades de Florianópolis. Objeto: Turismo Social Excursões 2014 – Natal de Blumenau – 05 a 07/12. Florianópolis: SESC, 2014.

SESC. Serviço Social do Comércio. **Política de lazer**. Rio de Janeiro: SESC, Departamento Nacional, 2012.

SESC. Serviço Social do Comércio. **Modelo da atividade turismo social**: módulo de turismo emissivo. Rio de Janeiro: SESC, Departamento Nacional, 2007.

SIMMEL, G. A Aventura. In: SOUZA, J.; ÖELZE, B. **Simmel e a modernidade**. Brasília: UnB. 1998. p. 171-187. Disponível em: <doc. disp.Em<http://www.scribd.com/doc/28055350/Georg-Simmel>>. Acesso em: 11 mar. 2014.

SONTAG, S. **Sob o signo de Saturno**. 2. ed. Porto Alegre: L&PM Editores, 1986.

SONTAG, S. **Ensaio sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

SUAREZ, R. Nota sobre o conceito de *Bildung* (formação cultural). **Kriterion**, Belo Horizonte, n. 112, p. 191-198, dez. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/kr/v46n112/v46n112a05.pdf>>. Acesso em: 08 jan. 2014.

TEIXEIRA, S. M. Lazer e tempo livre na “terceira idade”: potencialidades e limites no trabalho social com idosos. **Revista Kairós**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 169-188, dez. 2007. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/2597>>. Acesso em: 12 jun. 2016.

TÜRCKE, C. **Cultura do déficit de atenção**. Tradução de Eduardo Guerreiro B. Losso. 2015. Disponível em: <<http://www.revistaserrote.com.br/2015/06/cultura-do-deficit-de-atencao/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

TÜRCKE, C. **Sociedade excitada**: filosofia das sensações. Tradução de Antônio A. Zuim. Campinas: Ed. da UNICAMP, 2010.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

VAZ, A. F. Memória e progresso: sobre a presença do corpo na arqueologia da modernidade em Walter Benjamin. In: SOARES, C. L. **Corpo e história**. Campinas: Autores Associados, 2006a. p. 43-60.

VAZ, A. F. Lazer, indústria cultural, Biopolítica. In: ISAYAMA, H.; LINHALES, M. A. **Sobre lazer e política**: maneiras de ver, maneiras de fazer. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2006b. p. 19-40.

VEIGA, M. B. Arquitetura neoenxaimel em Santa Catarina: a invenção de uma arquitetura típica. **Revista Confluências Culturais**, Joinville, v. 3, n. 1, p. 81-98, mar. 2014. Disponível em: <<http://periodicos.univille.br/index.php/RCCult/article/view/40/38>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

WANDERLEY, A. A. R. Narcisismo contemporâneo: uma abordagem laschiana. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 31-47, 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/physis/v9n2/03.pdf>>. Acesso em: 13 jan. 2016.

WERNECK, C. L. G. **Significados de recreação e lazer no Brasil**: reflexões a partir da análise de experiências institucionais (1926-1964). 2003. 322 f. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2003.

ZUNINO, P. E. A. **Distância e movimento em Berkeley**: a metafísica da percepção. 2006. 133 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006.

APÊNDICE A - Informações sobre a história, as atividades econômicas e turísticas das principais cidades visitadas³⁰⁸

Blumenau

Blumenau é a terceira cidade mais populosa de Santa Catarina, com 334.002 habitantes, sendo que 92,41% estão localizados na zona urbana, conforme estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE em 2014. Localiza-se a 130 km a noroeste da capital Florianópolis. Conforme site da Prefeitura Municipal, a cidade leva o sobrenome de seu fundador, Hermann Bruno Otto Blumenau que em 1850, juntamente com outros imigrantes alemães, deu início à colonização da região. Além dos alemães, no final do século XIX, Blumenau também recebeu fluxos de imigração italiana e polonesa. Sua principal atividade econômica é a indústria têxtil, seguida de outros setores industriais, sendo que o destaque atual é o desenvolvendo do mercado de cervejas artesanais, de recíproca relação com o mercado turístico e de eventos. Com a maior parte da população é descendente de alemães, a cidade organiza a mais conhecida festa “alemã” do país, a *Oktoberfest*, promovida inicialmente em 1984. Além da tradicional festa popular, a referência ao que seria típico da cultura alemã está presente nos símbolos da cidade, na arquitetura das fachadas das casas e órgãos

públicos. A maior parte das atividades do setor turístico é em referência à essa cultura: festivais de dança e da cerveja, roteiros arquitetônicos e gastronômicos e museus (Museu da Cerveja e Museus de Hábitos e Costumes). Grande parte das atividades e eventos turísticos ocorre no Parque Vila Germânica, maior centro de eventos do Estado.

³⁰⁸ As informações sobre as cidades presentes neste Apêndice constituem uma seleção de dados encontrados no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), especificamente destinado às informações sobre as cidades brasileiras: <<http://www.cidades.ibge.gov.br>>. Além disso, também foram consultados os sites das Prefeituras Municipais, no que se refere a aspectos históricos, econômicos e turísticos, acessados em março de 2014. Prefeitura Municipal de Blumenau: <<http://www.blumenau.sc.gov.br>>. Prefeitura de Curitiba: <<http://www.curitiba.pr.gov.br>>. Prefeitura de Gramado: <<http://www.gramado.rs.gov.br>>. Prefeitura de Canela: <<http://www.canela.rs.gov.br>>. Prefeitura de Lages: <<http://www.lages.sc.gov.br>>. Prefeitura de São Joaquim: <<http://www.saojoaquim.sc.gov.br>>.

Curitiba

A capital do Estado do Paraná fica a 302 Km ao norte de Florianópolis e conta com uma população de 1.864.416 habitantes. A formação da cidade deve-se, em grande medida, aos tropeiros que levavam gado do Rio Grande do Sul a São Paulo, e faziam paradas em fazendas ou montavam acampamentos na região. Porém, a chegada em massa de imigrantes europeus, entre alemães, poloneses, ucranianos e italianos, também impulsionou a formação da cidade, com a contribuição de asiáticos e africanos. Isso confere à cidade uma diversidade étnica que pode ser observada nas festas populares, nos memoriais e nos parques públicos construídos em homenagens aos imigrantes. A economia está centrada, atualmente, no setor de comércio e serviços e, em segundo plano, nas atividades industriais, principalmente do setor automotivo. O Turismo tem representatividade na economia do município, havendo, inclusive, uma entidade de direito público para o seu desenvolvimento: O Instituto Municipal de Turismo de Curitiba. De acordo com informações do Instituto, há uma linha de ônibus permanente e exclusiva para passeios turísticos, circulando entre parques, museus, teatros, mirantes e espaços históricos e culturais. Também estão nos roteiros turísticos os já comentados memoriais étnicos e os parques, muitos destes construídos para homenagear os imigrantes, mas também como parte da proposta urbanística e de sustentabilidade do município, aspectos que lhe renderam diversos prêmios.

Gramado e Canela

Gramado e Canela são cidades localizadas lado a lado na Serra Gaúcha, à cerca de 450 km ao sul de Florianópolis. Com 34.110 e

42.157 habitantes respectivamente, as cidades também foram rotas de tropeiros e inicialmente habitadas por estes, sendo que os imigrantes alemães e italianos também tiveram grande participação no povoamento. O turismo é a principal atividade econômica de Gramado, representando 90% da sua receita, seguida da indústria de móveis e alimentos (destacadamente o chocolate). Já em Canela, são predominantes a agroindústria e a indústria moveleira e de malhas. Consideradas um dos polos mais importantes de turismo do Brasil, as cidades possuem atrações naturais, como a Cascata do Caracol em Canela, mas também

sediam grandes eventos, como Festival de Cinema e o Natal Luz, em Gramado, além de possuírem estruturas variadas de museus (do Carro, do Perfume, de Pedras Preciosas), praças/parques, igrejas, pórticos. Embora muito presente na arquitetura, nos canteiros floridos e nos trajes ditos típicos, as referências à cultura alemã e italiana dividem espaço com as à cultura gaúcha e ao homem do campo.

Lages e São Joaquim

As cidades de Lages e São Joaquim localizam-se na Serra Catarinense. Lages fica a 225 km a oeste da capital e sua população é de 158.846, habitantes, já São Joaquim fica a 230 km a sudoeste da capital, e possui 24.812 habitantes. São cidades com forte influência da tradição gauchesca – do estado do Rio Grande do Sul – já que pessoas provenientes desse Estado foram seus primeiros habitantes, também em virtude da abertura de estradas e da instalação de fazendas por tropeiros que passavam pela região. Lages, maior município em extensão territorial do Estado, tem sua principal atividade econômica na pecuária, agricultura e atividades ligadas ao ciclo da madeira. A cidade foi pioneira no desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil, atividade que ganha cada vez mais visibilidade no âmbito econômico da região e que consiste em visitas e hospedagens em fazendas, além de vivências de atividades do campo. São Joaquim foi desmembrada de Lages e, assim como outros municípios da Serra, sua economia passou do extrativismo da madeira e da pecuária para a fruticultura, especialmente da uva e da maçã. Além das atividades que envolvem a visita aos pomares e a colheita da maçã, o frio é o principal aspecto explorado pelo setor turístico, já que São Joaquim é conhecida como uma das cidades com temperaturas mais baixas do Brasil, com eventual incidência de neve. A igreja, a praça e as atividades da fruticultura, aliadas à expectativa de vivenciar baixas temperaturas compõem as atrações turísticas da cidade.

APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar de um estudo intitulado “Sobre a experiência do turista contemporâneo”, desenvolvido pela doutoranda Verônica Werle e orientado pelo Professor Doutor Alexandre Fernandez Vaz no Curso de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina. Pedimos que você leia este documento e esclareça suas dúvidas antes de consentir, com a sua assinatura, a sua participação neste estudo. Você receberá uma cópia deste Termo, para que possa realizar eventuais questionamentos que venham a surgir, a qualquer momento, se assim o desejar. Esta pesquisa objetiva investigar a *experiência* em umas das formas mais prestigiosas de lazer, o turismo. Especificamente, objetivamos analisar os sentidos de tempo, espaço e “conhecimento” que são construídos na *experiência* do turista contemporâneo, tendo em vista a noção de *experiência* formulada pelo filósofo alemão Walter Benjamin. Considera-se importante esta pesquisa para a compreensão do turismo como fenômeno de implicações no amplo campo da experiência humana, de forma que pode se configurar como contribuição para o aprofundamento teórico do tema, bem como para reflexões sobre os discursos e ações do setor. Para coletar as informações necessárias realizaremos o acompanhamento do seu grupo de viagem, por meio da observação. Serão realizadas entrevistas com alguns participantes que aceitarem, voluntariamente, concedê-las. Esta será agendada individualmente por meio de contato telefônico, em data, horário e local previamente combinado o entrevistado, após a viagem. As entrevistas serão registradas por meio de um gravador de áudio e digitadas, posteriormente retornarão ao entrevistado para que este possa validar as informações. Os riscos em participar desta pesquisa restringem-se a algum desconforto emocional que a observação ou a entrevistas possam vir a gerar. Para reduzir este possível efeito, informamos que não haverá intervenções na rotina normal da viagem, os entrevistados não serão obrigados a responder todas as perguntas propostas e as identidades dos participantes serão sigilosamente preservadas por meio da substituição dos nomes verdadeiros por nomes fictícios. Os resultados serão publicados exclusivamente para fins científicos e serão apresentados aos interessados que participarem da pesquisa. Diante de qualquer dúvida sobre a pesquisa, antes e durante sua realização, você pode solicitar esclarecimentos aos pesquisadores, bem como retirar seu consentimento,

sem penalização alguma e sem prejuízo pelo telefone (48) 8832**** e e-mail vewerle@yahoo.com.br. Agradecemos a sua participação.

Pesquisadora principal: Verônica Werle

Pesquisador responsável: Alexandre Fernandez Vaz

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro que fui informado(a) sobre todos os procedimentos da pesquisa de pós-graduação “Sobre a experiência do turista contemporâneo”. Recebi de forma clara e objetiva todas as explicações pertinentes ao estudo, compreendendo que todos os dados a meu respeito serão sigilosos e que posso me retirar do estudo a qualquer momento.

Nome completo por extenso: _____.

Assinatura: _____

Local: _____

Data: ____/____/____.

APÊNDICE C – Roteiro de entrevista

1. Dados de identificação:

Nome:

Idade:

Estado civil:

Trajetória profissional e formação:

2. Conte sobre sua relação com viagens e com o turismo? Já viajou antes? Com quem? Para onde?

3. Que significados/sentidos tem a viagem para você?

4. Tem alguma lembrança de viagens passadas que gostaria de compartilhar?

5. Já havia participado do Programa Turismo Social do SESC? Quando e em que situações?

6. Porque escolheu viajar? Como foi a escolha desta viagem em específico? Gostaria de ter escolhido outra?

7. Já conhecia ou sabia algo sobre lugar para onde viajou? Como?

8. Poderias relatar/descrever como foi esta viagem (os preparativos, a estadia e o retorno)?

9. Você tinha alguma expectativa em relação a esta viagem? Ela foi atendida? Alguma coisa foi diferente do que você imaginava?

10. Quais as principais lembranças desta viagem? Por quê?

11. O que você pensa sobre o tempo da viagem (em relação às atividades, passeios e a estadia)?

12. O que você pensa sobre as atividades que foram desenvolvidas, como *city tours* e passeios?

13. Que aspectos você mais gostou na viagem? E o que menos gostou? Podes explicar?

14. Gostaria que alguma coisa tivesse sido diferente? Como?
15. Pretende viajar novamente? Por quê?
16. Recomendaria esta viagem ou outra, para outras pessoas? Por quê?
17. Há algum aspecto que não foi perguntado e que você gostaria de comentar?