



Vol 8, Nº 18 (junio / junho 2015)

A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA E OS IMPACTOS DO TURISMO NO 'SUL EXÓTICO', A PROPÓSITO DE UMA NOTA DE VIAGEM DE ANTÓNIO TABUCCHI (2013)

João Luís J. Fernandes¹

Departamento de Geografia, Faculdade de Letras/CEGOT
Universidade de Coimbra
jfernandes@fl.uc.pt

Resumo

O turismo alargou as suas fronteiras e diversificou-se. É hoje uma atividade que percorre geografias amplas e diversificadas, diferentes ambientes climáticos e geomorfológicos, a terra e o mar, a cidade e o espaço rural. Com esse alargamento, colocam-se agora outras questões, equacionam-se novos problemas e problematiza-se o papel que esse turismo terá no desenvolvimento local. Para além disso, questiona-se a experiência turística em si. Neste novo mundo, no qual a atração pelo exotismo tropical é um facto, nem sempre a viagem turística é uma experiência ampla e livre. Em muitos casos, sobretudo no consumo desse imaginário de águas e climas quentes, a vivência turística está confinada a empreendimentos idílicos rodeados por muros, com escasso contacto com o exterior. Discutir-se-á esta experiência, seguindo uma nota de viagem do escritor António Tabucchi.

Palavras-chave: Experiência turística; Imaginário tropical; turismo de enclave.

Abstract

Tourism has extended its borders and is now a more diverse activity. Nowadays, tourism runs broad and diverse geographies, different climatic and geomorphological environments, the inland and the sea, the city and the countryside. Following this extension, new questions arose and new problems require in-depth discussions such as the role of tourism in local development practices. Furthermore, the tourist experience itself must be analyzed and studied. In this new world, in which the tropical exoticism is an attraction, not always the tourist trip is a wide and free experience. In many cases, the consumption of these geographies of hot waters and tropical climate is a closed experience, almost limited to an idyllic space surrounded by walls with little contact with the outside.

Key-words: Tourist experience; Tropical imaginary; Enclave tourism.

¹ Geógrafo, professor da Universidade de Coimbra (Portugal) e investigador do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT).

1 – INTRODUÇÃO. ALARGAMENTO E DIVERSIFICAÇÃO DOS TERRITÓRIOS TURÍSTICOS

Enquanto atividade económica mas também como um processo geográfico que consome e altera paisagens, o turismo foi um dos mais marcantes fatores territoriais associados ao modelo de desenvolvimento urbano-industrial ocorrido no pós II Guerra Mundial.

Esse facto teve tradução no alargamento dos mercados, no aumento do número de turistas, na crescente centralidade deste setor, quer nos quotidianos das populações, quer nas trajetórias de lugares e regiões que, por via de alguma atratividade turística, sofreram as consequências, positivas ou negativas, de uma abertura ao exterior.

O turismo tem sido um fator de desencravamento espacial e uma oportunidade de contacto entre o local e o extra-local, entre os redutos autóctones e o mundo que estará para além dos muros e das delimitações de variada natureza, que agora se abrem à mobilidade de fluxos que trazem, transportam e deslocam diversas formas de capital.

Muitas são as reflexões e os entusiasmos em torno da globalização, do estreitamento das distâncias, do suposto encolhimento do mundo, como se todas as barreiras tivessem sido removidas e vivessemos numa lógica de fluidez máxima e de uma hiper mobilidade que liberta todos os atores dos constrangimentos das forças de atrito e dos obstáculos (Friedman, 2005).

Tudo isso é um exagero e uma irreabilidade que os geógrafos conhecem bem. O mundo continua marcado por muros e por comunidades e indivíduos com graus muito diferenciados de mobilidade. No entanto, não se duvida que o movimento é hoje maior, que a interdependência global é mais estreita e que, para uma parte da população do mundo, as distâncias terão encurtado.

Nesse processo de compressão do espaço-tempo (Harvey, 2002), o turismo desempenhou um papel de relevo, não apenas porque beneficiou desse estreitamento das relações como também porque foi uma das motivações e um estímulo para o aumento de um certo nomadismo temporário que se tem inscrito na vida de uma classe média global em expansão.

No entanto, o crescimento da atividade turística implicou o alargamento das suas fronteiras. O turismo é hoje um setor mais importante e com mais peso em múltiplas dimensões da vida social, económica e espacial, porque inovou e se desenvolveu para além do expectável num passado recente (Urry, 2002).

Desde logo, a expansão do turismo fez-se pela incorporação de públicos consumidores mais alargados e diversificados. Longe vão os tempos do *Grand Tour*, ou das primeiras idas aos banhos de águas frias da costa inglesa. Longe vai também o perfil mais ou menos padronizado do turista de massas que, seguindo ritmos sazonais, repetindo gestos e uniformizando paisagens, se territorializou nos mares mais quentes da bacia do Mediterrâneo e nos cordões litorais do *sun belt* europeu.

Pelo contrário, as novas tendências do turismo e do lazer, do 'novo turismo' (Poon, 1994) ao turismo criativo (Richards e Wilson, 2007), apontam para a diversidade. O turista não é um consumidor homogéneo, para quem basta uma mensagem única e uniforme, uma oferta estática e apelativa, criada para um público médio disposto a poucos desvios. Nestes novos paradigmas, o turista já não é apenas um adulto, masculino, de classe média e chefe de família. Agora, o mercado foi dividido em fatias sucessivamente mais pequenas, em nichos e subgrupos de interesses específicos que requerem abordagens inovadoras (Simões e Ferreira, 2009).

As tendências do turismo mudaram em parte porque agora se consideram os interesses e os anseios dos adultos e dos idosos, dos homens e das mulheres, das crianças e dos adolescentes, dos mais conservadores e dos mais arrojados, dos mais sedentários e dos mais inquietos. Esse alargamento atravessou a pirâmide etária, é sensível a diferentes perfis, gostos e apetências, mas expandiu-se também na escala das classes sociais.

Estes novos turismos alargaram fronteiras porque abriram ofertas aos mais ricos e poderosos, mas também aos mais carenciados. As elites, primeiro, e as classes médias, depois, têm suportado a difusão desta atividade inovadora, mas o turismo tem-se alargado aos mais pobres. Trata-se de uma minoria, é certo – porque ainda persiste o mundo da sombra, aquele para o qual o turismo é uma miragem. No entanto, um certo turismo de base social tem vindo a ganhar espaço, sobretudo em épocas de maior desafio económico.

Este alargamento de fronteiras ocorre ainda porque se diversificaram os atrativos. No passado, as motivações para uma experiência turística eram já variadas. Agora, ressaltando algum exagero, entrou-se numa esquizofrenia turística na qual tudo vale, quase todas as razões podem motivar uma ida, uma visita e uma paragem, uma fotografia e uma estadia.

O sol e a praia, a areia, o descanso e alguma irreverência hedonista – foram estes os fundamentos essenciais da grande transformação, e terciarização, do litoral sul europeu; de partes das costas gregas e italianas; de setores importantes da França meridional; da Espanha das terras quentes da Andaluzia litoral e, um pouco mais tarde, já nas últimas décadas do século XX, da costa portuguesa do Algarve.

Na atualidade, o turismo saltou limites porque se apropriou das expressões culturais e do património; dos festivais e das exposições; dos centros históricos urbanos e dos territórios agrícolas e pecuários; porque seguiu não apenas o sol e a água do mar mas também porque se interessou pela observação de aves e baleias; porque se tornou curioso da vida de mortos que foram compositores, cineastas, pintores, escritores, políticos ou heróis militares. Este é também o turismo que se envolveu com as histórias e narrativas do macabro, dos cemitérios aos lugares de assassinatos e genocídios. Este turismo alargou-se porque se juntou aos negócios, às feiras tecnológicas, ao jogo e aos casinos; porque, ao lazer e ao hedonismo, se acrescenta o desejo de formação cultural e criativa, mas também porque, à garantia de segurança, o novo turista busca o risco, o limite, a situação extrema e radical, o desafio ao corpo e às convenções.

Quer tudo isso dizer que o turismo se alargou porque as motivações, os interesses e os estímulos já não são os mesmos nem estão padronizados. Até se pode ir aos mesmos lugares, a uma praia, por exemplo. Mas os atrativos já não serão os do passado. Numa praia continuam os banhos de mar, a areia e o sol, mas ali também está o surf e o objeto para o fotógrafo e para o pintor. Nestes turismos, a praia ganhou novas centralidades e uma outra pluralidade.

Por isso, o alargamento de fronteiras tem muitos significados, mas não se perdeu a essência da palavra – a da fronteira geográfica. De facto, alargando públicos e motivações, o turismo atravessou barreiras espaciais e construiu territórios muito para além do Mediterrâneo e de outras linhas de costa com climas aprazíveis. O turismo apresenta hoje uma geografia difusa, móvel e permeável. Trata-se de uma territorialidade instável, flexível, de limites difíceis de determinar e muito menos de traçar num qualquer mapa desenhado a duas dimensões (Fernandes, 2013a).

O turismo apropriou espaços urbanos e rurais; territórios públicos e privados. Apresenta uma geografia de paisagem e superfície, aquela que pisamos e calcorreamos com os nossos pés, mas é também o território da profundidade, da espeleologia e dos fundos oceânicos. O território turístico está também marcado pela verticalidade. Não apenas aquela que é trazida pela montanha, mas uma outra, a dos céus, a do balonismo, das viagens em asas-delta e dos saltos em paraquedas.

Com isto, a expressão territorial do turismo alargou-se e atravessou fronteiras climáticas. Há turistas nos climas equatoriais e tropicais; nas florestas e nos desertos quentes e secos. É possível encontrar turistas nos solos gelados da Antártida; como também no deserto do Saara ou nos Himalaias; ou ainda, na Amazónia; na Patagónia; no Atlas marroquino; na Lapónia norte-europeia; no Alasca ou numa qualquer ilha de coral, algures no Pacífico.

Com esta deambulação espacial, o turismo apresenta hoje uma forte plasticidade geográfica e atravessa fronteiras socioeconómicas e culturais, territórios com níveis múltiplos de desenvolvimento humano. Viajar por este mundo expandido, é uma experiência de passagem de fronteiras e estas não são apenas políticas.

Esta dinâmica ocorreu por uma convergência de fatores. Acima de tudo, aconteceu por interesse e abertura política a um setor económico ao qual se reconheceu relevância estratégica. O turismo cresceu também porque as mobilidades espaciais se expandiram; porque as inovações tecnológicas e institucionais reduziram algumas distâncias; porque as empresas inovaram e as companhias *low-cost* se afirmaram no mercado.

No entanto, isto também ocorreu porque se alteraram paradigmas sociais e filosóficos; porque se colocaram em causa modelos do passado; porque a procura se tornou mais exigente e porque, é esta a lógica da difusão das inovações, à medida que a massificação ocorre num setor, logo as elites e os pioneiros se colocam em fuga para outros produtos, outros lugares e outras experiências turísticas. Na verdade, esta inquietação, mas também este poder de decisão, garante a dinâmica do conjunto e traz novos impulsos de mudança, alargamento e inovação.

Mas tudo também caminhou porque as últimas décadas do século XX viveram um conjunto alargado de questionamentos e correntes críticas, de desconstrução de verdades absolutas e narrativas de caminho único, abrindo espaço a alternativas, a novos modelos de gestão, agora mais centrados na cultura e na ecologia, nas identidades de cada lugar e nas preocupações com a sustentabilidade dos sistemas.

Um turismo renovado veio dar resposta a muitos dos anseios de lugares que questionavam o seu futuro. Geografias em crise sem caminho definido viram na atratividade turística uma saída ao mesmo tempo ecológica, culturalista e funcional. A consolidação, e profissionalização, de áreas como o marketing territorial e o planeamento estratégico, veio abrir caminho ao turismo e aos turistas. Nisto se basearam teorias e práticas alternativas: diagnosticando, estudando e sistematizando, em cada lugar, aquele que seria o seu capital, o *local assets* que o mobilizariam para o futuro, promovendo a coesão interna e abrindo-se ao turista (Ashley and Carney, 1999).

Também desta forma se (re) valorizou o passado, aquele que, nos modelos difusionistas anteriores, teria que ser removido, como se fosse uma rugosidade dispensável. Agora não é assim, porque há o valor da herança, que é preciso recolher e acarinhar para transmissão futura. Sem esse património, o caminho será mais árido e desprovido de conteúdo. Mesmo que se simplifique essa memória e se criem estereótipos, o vínculo a um tempo que já passou é um orgulho e um marcador identitário.

Este turista curioso, vinculado ao passado mas também aberto à criatividade, é agora um novo ator, um protagonista com relevância. O turista pode deixar um rasto de efeitos sistémicos, e sublinha-se esta palavra porque o turismo é isso mesmo – um sistema no qual esse turista é parte importante, fundamental mesmo, mas não a única personagem.

Com tudo isto, importa questionar, refletir e ponderar alguns pontos. Refiram-se, desde logo, os impactos reais do turismo e dos turistas, o balanço entre as vantagens da criação de riqueza e as desvantagens derivadas de uma maior exposição do lugar aos fluxos de quem chega e parte.

Segundo Harvey (2011), o modelo capitalista afirma-se e expande-se pela circulação do capital. É este movimento que garante a reprodução do sistema. Neste ponto de vista, o turismo, enquanto mobilidade espacial, é um dos suportes desse movimento e deslocação de diversas formas de valor, do humano ao financeiro.

No entanto, a partir daqui levantam-se outras interrogações. Essa deslocação e reprodução de capital não é condição suficiente para que se garanta progresso e desenvolvimento, para que se assegure uma adequada redistribuição dessas mais-valias e uma efetiva territorialização *in situ* dessas vantagens.

Uma das dimensões que melhor concretiza a globalização enquanto fluidez, permeabilidade e encolhimento do mundo vivido, é a circulação difusa do capital económico e financeiro. Contudo, num sistema topológico estruturado por redes, canais e vértices móveis e difíceis de cartografar, este capital pode reproduzir-se aqui mas acumular-se noutra lugar (Fernandes, 2013a).

Neste ponto de vista, é importante estar atento aos modelos que conduzem os turistas para geografias insulares como *resorts* ou parques temáticos. Estas insularidades encerram e acantonam turistas num território protegido por muros. Tratam-se de espaços geográficos que concentram múltiplos serviços (dormidas, restauração, entretenimento), desincentivando a saída e o contacto com o exterior. Por isso, nos parques temáticos não se aceita a saída e o regresso do turista com o mesmo bilhete.

Também por isso, em muitos parques nacionais africanos, o turista se aloja em estabelecimentos hoteleiros localizados dentro da área protegida. Deste modo, evita-se a procura de serviços exteriores a este espaço patrimonial acantonado e a consequente redistribuição espacial e social das mais-valias criadas. Neste turismo de enclave, é natural que esse capital reproduzido tenha um grau baixo de fixação e redistribuição *in situ* (Fernandes, 2013a).

Isto significa que os lucros gerados nestes territórios turísticos se podem vir a territorializar mais longe, no geral reforçando as centralidades já existentes. O capital trazido pelo turista pode retornar à origem, sem deixar rasto significativo nos lugares de acolhimento e oferta turística.

Sobretudo no que ao *resort* de inspiração tropical e exótica diz respeito, ao turista apenas são oferecidas viagens pontuais para além do muro. Nestes casos, essa experiência pode resultar numa falsa sensação de contacto com o território e as populações envolventes ao reduto turístico muralhado. Na verdade, nessas saídas acaba-se por experienciar uma realidade controlada e, muitas vezes, encenada para ir ao encontro do imaginário que o turista traz consigo.

Este aspeto remete-nos para um outro assunto. O turismo implica, cada vez mais, a procura de um determinado ambiente exótico. É certo que o alargamento social e espacial do turismo promoveu encontros que antes não ocorriam. O turista percorre lugares e trilhos mais

longínquos e, com isso, encontra populações e comunidades que antes estariam distantes, à margem desses fluxos.

O fundamento de parte substantiva dos mercados turísticos está na procura da distância cultural, aquela que confere ao turista a falsa sensação que se esteve longe, noutra mundo, naquele que apenas se vê na televisão, no cinema ou em qualquer documentário. Neste jogo entre o que se procura e o que é oferecido, essa distância cultural pode ser objeto de manipulação.

Mais que real, essa distância pode ser promovida e falseada por personagens-figurantes que representam estereótipos étnicos, os *toourees* (Grünwald, 2003). Assim ocorre, um exemplo, com os massai que se acantonam nas entradas de alguns parques naturais quenianos, como Massai Mara, para se deixarem fotografar, atuarem numa dança exótica e venderem artesanato, tudo em troca do pagamento de um valor, que será sempre residual face ao bilhete adquirido pelo turista estrangeiro para aceder a essa área protegida.

Ao *toouree* e respetiva territorialidade, vai corresponder uma paisagem que não será falsa, na medida em que existe e atrai fluxos, mas que será também encenada. No limite, esta encenação pode traduzir-se em aldeamentos plastificados e de autenticidade forjada, como ocorre com alguns povoados nas franjas da Amazónia, que vão ao encontro de uma geografia pós-moderna de ilusão e sedução através do simulacro da realidade (Baudrillard, 1991).

Estas espacialidades e encontros abrem a discussão a uma outra perspetiva: afinal, e de facto, qual é a verdadeira experiência do próprio turista, daquele que, muitas vezes, vive na ilusão de um cosmopolitismo absoluto?

Em muitos casos, a viagem é um processo de etapas confinadas: viagem e chegada de avião; recolha num qualquer aeroporto por um serviço de transporte de turistas (desta vez, por terra); alojamento dentro dos muros e encerramento num *resort* muralhado; saída pontual para visitas breves, fora do acantonamento, para um atrativo turístico preparado para o efeito; depois de se esgotar o tempo pago no pacote turístico, retorno ao ponto de partida, seguindo os mesmos canais, deslocando-se do paraíso insular para o aeroporto para, a partir deste, se retornar à origem.

Numa época em que o turista também viaja para desafio do corpo e dos seus limites, esta é uma territorialidade contrária a esses princípios, uma territorialidade de risco mínimo, intermitente, fragmentada e topológica. Esta é também uma ilusão e um jogo de aparências que se regista numa máquina fotográfica e se expõe, mais tarde, numa rede social, provando que, afinal, se esteve em África, na Amazónia ou nas Caraíbas.

Para esta abordagem, acompanhem-se os olhares, os escritos e as perceções que o escritor António Tabucchi tem destas experiências turísticas.

2 – ANTÓNIO TABUCCHI (1943-2012): GEOGRAFIAS PESSOAIS E VIAGENS².

Tabucchi viveu a sua infância numa região rural da Toscana, em Itália. Dessa época recorda a viagem de autocarro até Pisa, a cidade mais próxima, e o percurso seguinte, feito de comboio, para visitar Florença. A observação da paisagem que desfilava pela janela do comboio foi uma experiência de exaltação dos sentidos, um quadro pictórico em movimento que antecipava a chegada e a paragem. Na capital toscana, o escritor recorda a liberdade do percurso a pé, a deambulação pedestre pelo espaço público e a entrada em edifícios históricos, o passeio pela via Ghibelina mas também a sensação de se entrar e estar nas *trattorias* da época.

Esta teria sido uma grande viagem de infância, mas não a única. O escritor viajou pela literatura, pelo mundo maravilhoso dos livros e das personagens do imaginário criativo. Conrad e Stevenson aproximaram Tabucchi do mundo longínquo, do sul exótico e de aventuras. Mostrando que há muitas formas de viajar, os atlas e a cartografia arrancaram-no da Toscana, transportaram Tabucchi para lugares pouco familiares e acentuaram a curiosidade, estimularam o viajante que já existia, como aquele que estava inscrito no menino do conto *Fim do Mundo* (2001), que viajava pelas personagens, histórias e narrativas dos livros.

A vida do escritor ultrapassou a Itália de nascimento, foi muito além dos limites nacionais que dão identidade mas que podem não ser mais que o começo. Numa biografia multiterritorial, viveu na Paris para onde convergiam os criadores e criativos, mas viveu também em Portugal. Assumiu a dupla nacionalidade. À italiana acrescentou-lhe a portuguesa, porque, refere o

² Todas as referências a António Tabucchi, neste ponto 2, assim como no 3, remetem para a obra *Viagens e outras viagens*, publicada em 2013.

autor, não *nascemos* com uma identidade, *tornamo-nos*, o que implica um processo, uma construção feita por adições, pontes, hibridismos vários.

Nestas deambulações, Tabucchi viajou por “lugares variados e sob diferentes bandeiras” (2013: 9), libertou-se do excesso de pertença a um lugar, dos encolhimentos que limitam o horizonte e demarcam fronteiras, separando o *aqui* e o *ali*, o *eu* do *outro*: “E a verdade, no fim de contas, é que viajei muito, admito: visitei e vivi em muitos lugares. E sinto-o como um enorme privilégio, porque pousar os pés no mesmo chão durante toda a vida pode originar um perigoso equívoco, o de fazer-nos crer que essa terra nos pertence, como se não a tivéssemos por empréstimo, como por empréstimo temos tudo na vida” (2013: 9-10).

Na obra de 2013, Tabucchi expõe impressões, notas de viagem, crónicas, percepções, pontos de vista de percursos, visitas a lugares diferentes, com propósitos também diversos e em circunstâncias muito variadas. Nestas deambulações, o escritor destaca os percursos biográficos, os lugares que se procuram porque se associam a alguém, a um outro escritor, a um pintor, a um político. Estas são geografias que valem porque ali aconteceu algo, ali viveu alguém, ali se escreveu uma obra ou se expõe um trabalho criativo.

Num registo mais obscuro, o viajante mostra-nos o cemitério, aquele onde repousa o corpo de alguma personalidade que foi relevante, um campo de morte que celebra vidas de famosos, com tudo o que de paradoxal e contraditório possa haver neste turismo pósmoderno.

Tabucchi procurou Delacroix em Paris e Valéry em Sète, no Languedoc. Numa pequena aldeia da Provença francesa, Mougins, sentiu a presença de Picasso. Em Madrid foi ao encontro de Goya; em Lisboa foi Pessoa; em Buenos Aires, Jorge Luís Borges e Eduardo Chillida em San Sebastián, no País Basco espanhol. No Cairo, buscou os lugares de Mahfuz, ter-se-á sentado no mesmo café do escritor egípcio, aquele onde este criou, posicionou personagens e discutiu literatura: “Este era o café onde Mahfuz vinha escrever à tarde, que é mencionado nos seus romances e onde tinha encontros literários que ficaram célebres” (2013: 79).

Estas são viagens por paisagens biográficas (Gaspar, 2001) e percursos de turismo topobiográfico (Fernandes, 2013b) que envolvem residências, ruas, jardins, cafés, museus e túmulos.

Viaja-se pelos livros, mas também pelo cinema. Tabucchi visita o Canadá na pista de um filme de Claude Jutra (*Mon Oncle Antoine*, de 1971): “Acontece às vezes que a sugestão de um filme nos leva a lugares onde nunca teríamos ido” (2013: 104).

Viaja-se também pela política e pelo poder das cidades. Tabucchi visita Nova Iorque e Washington, geossímbolos da nova ordem, lugares para onde também o cinema nos empurra, porque são presença constante nos ecrãs, porque são inevitáveis caso queiramos entender o mundo atual.

Esta contemporaneidade também se faz nos interstícios do poder, também se encontra na ruralidade romana de Maramures; nas igrejas de madeira classificadas como património mundial pela Unesco; no cemitério de Sapanza, uma paisagem original, de túmulos de madeira colorida, registos gráficos que contam histórias e narrativas do morto.

Tabucchi viaja mas nem sempre se afasta do Mediterrâneo. Por isso visita Génova, onde viu algo de particular, sem entender o quê: “Há aqui qualquer coisa de diferente dos outros lugares, mas o que será?” (2013: 106). Na busca dessa especificidade, viajou também para a Grécia e para Creta onde, nesta última, descobriu a xenofilia que falta noutros lugares, o sentimento de abertura e afetividade para quem chega de fora.

Viajante da geodiversidade, rumou aos Açores; parou numa Elvas encerrada nos seus bastiões; visitou uma Capadócia de labirintos enterrados no solo. Foi também à Austrália, “continente remoto e misterioso que a civilização europeia nunca compreendeu” (2013: 149); visitou Sidney, Melbourne e Camberra, esta última, uma cidade artificial, sem vida, pelo menos assim pareceu ao escritor.

Lusofilo, italiano adicionado português, Tabucchi retomou os passos dos descobridores da Expansão Marítima e esteve em Goa. Percorreu outros caminhos e lugares da Índia, como Bombaim, Elephanta ou o geossímbolo e ícone turístico, Taj Mahal, porque, como turistas, “não podemos nem devemos ignorar os monumentos obrigatórios” (2013:163).

Estes não preenchem a viagem mas podem estereotipar o lugar, simplificando-o, como se Paris fosse a Torre Eiffel e Barcelona a Sagrada Família. Assim nasce um outro turista, mais acelerado e inquieto, um consumidor de ícones: “A pressa dos nossos tempos obriga o viajante a visitas cada vez mais rápidas e com uma meta definida: uma vez visto o ícone principal e tirada a fotografia ritual, o automóvel ou o autocarro engolem o turista para outros destinos” (Tabucchi, 2013: 31).

Será importante acompanhar a experiência e o envolvimento de cada um, do turista mais apressado ao viajante mais paciente, daquele que chega e parte de seguida, ao outro, que permanece na busca de uma experiência mais demorada e espessa.

É neste devaneio espacial que Tabucchi regressa a Florença, ao êxtase de Stendhal quando, em 1617, o escritor francês visita a cidade. O referido *Síndrome de Stendhal* é isso mesmo, a dor psíquica e a perturbação dos sentimentos perante a beleza do monumento visitado, a exaltação dos sentidos num turista que pode não estar, de modo passivo, perante o objeto observado, fotografado, de algum modo representado para que se inscreva nos olhos de quem o visita, porque viajar é acrescentar algo, romper com a permanência.

Num jogo metafórico e geográfico, Tabucchi opõe o mar à terra, faz a simbologia do balanço entre movimento e paragem, “porque se o mar, a viagem e a lonjura representam simbolicamente o sentido da sede de conhecimento, da descoberta, do desconhecido e do abandonar-se à aventura, a Terra (a Permanência) constitui o sentido da reflexão sobre o já conhecido, sobre as próprias origens e raízes, sobre a própria identidade” (2013: 182).

Entre viagens e raízes, o ocidental, seja este aquilo que for, sente-se atraído pelo exótico; pela ida ao que está longe; pelo atravessamento da fronteira; pelos mares quentes, os mares literais de águas e oceanos, mas também os mares da imensidão verde das florestas, daquelas que nos entram em casa nos ecrãs que mostram documentários etnico-ecológicos ou narrativas de heróis aventureiros.

Depois de encontrar a ilusão tropical encenada no Jardin des Plantes, em Paris, Tabucchi também viajou ao limite, desafiou a distância, o clima e a massa compacta da clorofila amazônica. E recorre-se aqui à clorofila não por qualquer preciosismo estilístico, mas porque os estereótipos se agarram aos espaços geográficos, porque a Amazônia é o verde a perder de vista, porque se uniformizam, à distância, lugares que devem ser vistos com lentes que ampliem os pormenores e aflorem as diversidades, as nuances, a heterogeneidade do que, afinal, é complexo e dinâmico.

Nesta incursão à Amazônia, António Tabucchi procurou um Éden mas encontrou um território de muitos atores, um espaço degradado pela ambição humana, um palco de conflitos ao qual o turista, na procura de novas experiências, acrescenta pluralidade de olhares, posturas e pontos de vista.

Este ‘sul exótico’ está particularmente exposto numa outra crónica, *Os Robinsons* (2013: 92-96), cinco páginas que sintetizam uma experiência turística, um modo de estar num território que apenas existe porque o turista o procura, porque há um mercado que constrói paisagem. Longe estamos da ideia original que via o turismo e o turista apenas como consumidores de lugares. Não será assim, o turista apropria, modela e constrói paisagens novas, por vezes, ainda que viaje alguns milhares de quilómetros, sem verdadeiramente sair de casa.

3 – UMA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO MÉXICO, SEGUNDO A CRÓNICA ‘OS ROBINSONS’, DE ANTÓNIO TABUCCHI

O título não é casual. Esta crónica mostra-nos um *resort* turístico no México, um hotel chamado “Robinson”, sugerindo um lugar isolado e rústico e uma experiência filiada no exotismo tropical vivido por Crusoe, no naufrágio narrado por Daniel Defoe no século XVIII.

Já há pouco o referimos: O atrativo ocidental pelo exotismo do sul, associado a um ambiente tropical que terá areias brancas, águas transparentes e, algures, para enquadrar o cenário, uma ou outra palmeira. O cinema, a literatura, a sobrevivência e reorganização territorial do naufrago Robinson Crusoe, a Ilha dos Amores de Camões, as viagens de Verne, os quadros de Gauguin, tudo misturado, numa desordem de palavras e, sobretudo, de imagens. Numa cacofonia esquizofrénica e turbulenta de estímulos visuais, tudo instiga e cria desejos de lá se estar, em busca desse imaginário (Hautesserre, 2005).

A este hotel localizado na linha de costa, chegam dois grupos de turistas, vindos de dois lugares do mundo ocidental, numa viagem promovida pela mesma empresa. Um deles é proveniente dos EUA. O outro faz viagem desde a Alemanha e do aeroporto de Frankfurt. O trajeto faz-se de avião e aterra-se em Cancún. A partir do aeroporto de chegada, viaja-se de autocarro para a praia de Akumal. São cerca de setenta quilómetros. Ali os espera o *resort*. À chegada, são estas as palavras do escritor, estava uma “bela noite tropical” (2013: 92). Finalmente, depois do cansaço, se chega aos trópicos, o imaginário ali está, na atmosfera abafada.

A viagem foi longa porque, no caso dos alemães, Frankfurt não foi o ponto de partida mas o primeiro nó de embarque de turistas vindos de toda a Alemanha. Com os norte-americanos deverá ter acontecido o mesmo.

Desta experiência territorial, sublinhe-se o papel do avião e dos aeroportos, das empresas que organizam experiências turísticas de grupo, da deslocação longa mas, ainda assim, exequível para justificar uma semana de férias. Assim se aproxima o mundo, se encolhem distâncias. Essa compressão espaço-tempo não é, contudo, para todos. No entanto, assim se viaja, entre nós e canais de uma rede que nos remete para uma outra geografia, mais rápida, topológica e, de certo modo, enganadora.

Acompanhe-se mais de perto o grupo alemão. Entra-se no aeroporto de Frankfurt, chega-se a um outro aeroporto, em Cancún, volta-se a entrar num outro veículo – um autocarro de luxo que viaja algumas dezenas de quilómetros e liberta os turistas numa outra ilha – o hotel e espaços confinados em redor. Era uma noite bem tropical, é certo, mas pouco terá sido o contacto com ela se se adivinhar o ar condicionado do autocarro e a encenação das temperaturas que se deixaram para trás, na Alemanha. Já se estava no México. Isto está correto, mas é apenas o México que se vê dos vidros escuros desse autocarro. A crónica não se refere à hora de chegada, mas isso pouco importa e pouco muda. No entanto, se ocorreu durante a noite, mais esta vista de janela se encolhe. Chegou-se mas, na verdade, e aqui está o engano, ainda não se esteve em nenhum lugar distante da Alemanha de partida.

Aos olhos do escritor, a chegada ao empreendimento turístico é reveladora. À saída do autocarro, o tropical desejado lá estava, como um prémio para o esforço, e o investimento. Os empregados falam inglês e alemão, mas aguardavam-nos *cocktails* coloridos de boas vindas. O pórtico da entrada estava decorado com uma palmeira plastificada. Cromatismo vivo e palmeiras: depois de todas estas horas e do esforço da viagem, o sul exótico ali está.

Mas, não se deixe escapar o registo de Tabucchi sobre o pórtico e o que o escritor viu em redor: afinal, o hotel está cercado por um muro vigiado por guardas de uniforme vestido. A praia, deu para notar, estava fechada por uma selva densa que a envolvia. Mais tarde viu-se, também o areal estava fechado, ladeado por cercas e paliçadas laterais que, ao mesmo tempo que impediam a entrada, também condicionavam a saída.

Este é um turismo que fragmenta o espaço geográfico e privatiza solos públicos. Afinal, protegida por muros, a praia apenas serve os hóspedes do hotel. Tudo isto é contraditório. Um turismo que nascerá do encolhimento do mundo e do levantamento de barreiras, afinal territorializa-se levantando novas muralhas e outras fronteiras.

Sem o discutir desta forma, António Tabucchi mostra-nos um território turístico pontual, confinado, enclausurado. Neste ponto de vista, e no caso do grupo alemão, é mais um nó da rede topológica que se iniciou, no outro extremo, em Frankfurt. Para o outro, o dos estadunidenses, nada é diferente, apenas o aeroporto de partida.

Esta crónica deixa-nos outro registo. A empresa que trouxe os dois grupos é a mesma, já o referimos. Para além disso, o *resort* mexicano é apenas o nó de uma rede de outros empreendimentos semelhantes, da mesma empresa proprietária, localizados noutras partes do mundo: Espanha, Quênia, Egipto, entre outras praias, sempre longínquas, sempre tropicais ou, pelo menos, aparentando sê-lo. Desconhecemos se se tratam de modelos padronizados, nem se entra aqui na discussão sobre os não-lugares de Augé (1998), mas este é um sinal dos tempos, de alguma uniformização de ofertas, da difusão de um paradigma de tropicalismo que une e comprime os nós de uma rede. Quem a percorrer, estará no Quênia, em Espanha, no Egipto, talvez na Tailândia ou nas Maldivas mas, na verdade, duvida-se se sairá do mesmo lugar.

É certo que, nas paredes dos quartos, se colocaram tapeçarias mexicanas. Está-se no México, adivinham-se também, ao longo da semana, outras referências a esta 'mexicanidade', algum grupo de *mariachis*, por exemplo - *tourees* de serviço para afirmar a localização, disfarçando a uniformidade e mostrando que estar ali não é o mesmo que estar noutra qualquer lugar do mundo.

Este é um espaço de sensualidade e hedonismo de águas quentes e clima excitante. Na praia, os chapéus-de-sol têm "aspecto indígena" (2013: 93) e parecem fazer regressar o turista a uma natureza primária e a um exótico cultural que o transporta para um lugar distante no espaço e longínquo no tempo. Esta distância cultural voluntariosa e encenada faz parte dos sonhos de evasão adquiridos com os cartões de crédito que pagaram este pacote turístico. A aventura étnica está também na gastronomia, nos *buffets* exóticos e coloridos, nos frutos, nos panos artesanais e nos instrumentos musicais.

Mas esta é uma viagem constante entre o local encenado e o lugar de partida. É verdade que se consome o exótico, mas este é intercalado pelo consumo de comida ocidentalizada. Entre salsichas e batatas fritas, num saudosismo prematuro, o turista retorna aos seus hábitos e sabores.

Os dias desta semana de férias (com sete dormidas) vão passando, entre a areia da praia, a água “turquesa do mar das Caraíbas” (2013: 93) e a água clorada da piscina. Para entreter, animar e praticar um exercício saudável e terapêutico, os turistas participam em aulas de aeróbica. Estas são ritmadas por um ambiente sonoro esquizofônico (Augusto, 2014), com a amplificação da mesma música que se ouve na Baviera e no Texas. Também pelo som se regressa ao ponto de partida, aquele de onde se pode ainda nem ter saído.

Mesmo no espaço mais íntimo e pessoal do quarto do hotel, a televisão que ajudou a criar o imaginário tropical, é a mesma que agora exhibe canais falados apenas em inglês e alemão, não vá acontecer os turistas sentirem-se “tentados a ouvir o som da língua falada no país em que casualmente se encontram” (2013: 96).

Nestes dias, o turista é um ator que se transfigura e confunde com o cromatismo e as cadências do ambiente artificial, um figurante com chapéu de palha berrante - uma oferta do hotel fabricada em Taiwan. Todos sinalizados, com o mesmo chapéu, símbolo de grupo, de experiência partilhada num território que é, naqueles dias, espaço para uma nova família, laços fortes que ali se formam para, logo depois, após o regresso, se dissiparem.

Mas, parecemos e faça-se uma síntese do que Tabucchi nos referiu até agora: Uma empresa transnacional que organiza a viagem; outra, talvez a mesma, o escritor não o refere, que comercializa o alojamento; funcionários louros de língua inglesa e alemã e outros de etnia aparentada com os maias; chapéus de Taiwan; talvez frutos locais; barreiras a cercar toda esta experiência. Quanto ao resto, pouco se sabe.

Tudo isto nos leva a problematizar o circuito financeiro, a territorialidade do capital que se investe, se reproduz no local e se volta a territorializar não se sabe onde. Até que ponto as mais-valias permanecem entre muros e se confinam perante as barreiras que separam os turistas do exterior? A geografia destas empresas é multiterritorial (Haesbaert, 2004), o capital investido tem origens difusas, mas a sua territorialização é também complexa, de cartografia difícil, não se sabendo se retorna ou não à origem, conhecendo-se mal os benefícios locais e a fixação *in situ* dessa economia.

O que se sabe é que o empreendimento absorve a experiência turística e o turista, que ali encontra tudo, num circuito restrito e numa espécie de clube privado: do alojamento ao lazer, da alimentação ao convívio, esta é uma viagem à porta fechada, salvo saídas esporádicas, reguladas, é muito provável, pelos mesmos operadores.

Neste caso, e continuamos a acompanhar os Robinsons de Tabucchi, a clausura, esta liberdade entre paliçadas, é quebrada por uma saída, um atravessamento do muro, uma visita de autocarro às ruínas maias de Tulum. Nesta incursão guiada ao exterior, numa pirâmide debruçada sobre o mar, o grupo ali permanece aguardando o pôr-do-sol. Este acontece e é seguido por um ritual, um espetáculo de encenação e regresso à época pré-colombiana. Depois da festa e da viagem no tempo, o bando retorna ao ponto de partida, volta a atravessar o pórtico da palmeira encenada, tal como o fizeram na noite de chegada, quando aterraram em Cancún vindos a Europa e dos EUA. Mas, agora, a diferença é grande. Não chegaram nem da Baviera nem do Texas. Os turistas regressaram do passado, do tempo em que os Maias aqui estavam. Regressaram também com os cartões de memória digital carregados. Desta vez, fizeram-no num grupo mais coeso, numa família que já se conhece e partilhou a experiência.

Nos outros dias, o escritor não dá conta de outra libertação, de outras experiências fora do reduto muralhado. O quotidiano estendeu-se no tempo e assim se passaram os oito dias e as sete noites.

Resta agora o caminho de volta. Novo atravessamento do pórtico, desta vez em sentido contrário, em direção ao aeroporto. As despedidas para quem fica. Eventuais trocas de contactos entre alemães e texanos. Sobre isso, o escritor nada nos diz. Retorno pela mesma via: a linha aérea. Regresso à Europa e aos EUA, aos aeroportos de partida. Nestes últimos, novas despedidas. Outras trocas: de endereços eletrónicos, contas de redes sociais ou números de telemóveis. Promessas de novos encontros e outras viagens em conjunto que, no geral, não voltam a acontecer.

A experiência turística, contudo, não acaba aqui. O turista é agora um viajante experiente. Tem informação, narrativas privilegiadas, pixeis que quer ver no seu computador, máquinas digitais que vai descarregar. A viagem continua, mas é agora diferente. Trocam-se fotografias. É natural que as primeiras ocorram entre parceiros de férias que agora estão longe. Se não

foram já colocadas, algumas destas imagens podem ir parar a uma qualquer rede digital. Assim se exterioriza a imagem que se registou porque, como refere Filomena Mónica (1996), neste turismo, mais que estar, é importante ter estado, mostrar que se esteve, ganhar estatuto e relevância porque se foi lá, ao México exótico, onde apenas alguns podem ir.

No hotel Robinson, a vida continua. O grupo que saiu é substituído por outro. Por vezes ocorre algum tipo de cruzamento- os que vão e os que chegam entreolham-se, talvez no aeroporto, é provável que seja até no hotel, quando uns saem e os outros entram, num ciclo interminável de repetição de gestos e práticas. Isto até um dia, por várias razões, este empreendimento Robinson levantar amarras, deslocar-se e aportar noutra destino. Assim o ditarão as regras do sistema turístico global, porque se é verdade que os turistas viajam, não é menos correto afirmar que também a oferta, os hotéis e os *resorts*, se deslocam, numa geografia difusa e numa mobilidade permeável e líquida (Bauman, 2007), sempre na procura, é certo, do sol, do exotismo tropical e, já agora, do máximo lucro.

De tudo isto, fica-nos a experiência turística, aquela que o próprio António Tabucchi (2013) entende como simplificada e simplificadora, curta e modesta no rasto que vai deixar, como se vê nos turistas que regressam das Ilhas Comores ou das Seychelles, sem nada inscrito no rosto, a não ser o bronzeado, uma cor de pele que poderiam ter conseguido no pátio de casa ou no terraço.

Mas, o escritor não tem uma visão negativa da viagem. Apesar de nem todas corresponderem a uma verdadeira saída de casa, o mundo é diversificado e a deslocação é sempre uma mais valia. Para Tabucchi (2013: 14), “o mundo é grande. Não é verdade que o mundo é pequeno. Também não é verdade que seja uma ‘aldeia global’ como pretendem os meios de comunicação. O mundo é grande e diverso. Por isso é tão belo: porque é grande e diverso, e é impossível conhecê-lo todo”.

É claro que os olhares do turista nunca serão os daqueles que ali estão e permanecem- “Há a Índia dos turistas, que exploram as suas riquezas de maneira por vezes apressada, ficando ofuscados por elas. E há a Índia vista por quem nela vive e trabalha” (Tabucchi, 2013:131). No entanto, prossegue o escritor, a viagem alarga horizontes e tornar-nos-á mais humildes e abertos. A viagem previne encerramentos e enclausuramentos, fobias em relação ao exterior, acantonamentos que excluam os outros.

É verdade que esta viagem ao México parece contradizer tudo isto. Estes turistas viveram entre muros, viajaram encerrados. No entanto, esta experiência mostra uma parte da realidade. Há turistas que apenas o são porque entram nas estatísticas, porque dormiram fora de casa. No entanto, o mundo é complexo e diversificado e nenhum caso particular mostra tudo o que acontece. No turismo global são muitos os Robinsons, mas são também muitos aqueles que viajam de forma diferente.

4 - BIBLIOGRAFIA

Ashley, C.; Carney, D. (1999): “Sustainable Livelihoods: Lessons from early experiences”. DFID, London.

Augé, M. (1998): “Não-Lugares. Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade”. Bertrand Editora, Venda Nova.

Augusto, C. (2014): “Sons e silêncios da paisagem sonora portuguesa”. Fundação Francisco Manuel dos Santos; Lisboa.

Baudrillard, J. (1991): “Simulacros e simulação”. Relógio d’Água, Lisboa.

Bauman, Z. (2007): “A Vida Fragmentada. Ensaios sobre a Moral Pós-Moderna”. Relógio D’Água, Lisboa.

Fernandes, J.(2013a): “Turismo, Precariedade Territorial e Dinâmicas de Desterritorialização”. In Cravidão, F. e Santos, N., (Coord.) *Turismo e Cultura. Destinos e Competitividade*. Imprensa da Universidade de Coimbra, pp.111-133.

- Fernandes, J. (2013b): "Turismo topobiográfico e territórios narrativos: conceitos e análise crítica". In *Pasos*, vol.11, nº4, pp.687-701.
- Friedman, T. L. (2005): "O mundo é plano. Uma História breve do século XXI". Actual Editora, Lisboa.
- Gaspar, J. (2001): "Retorno da paisagem à Geografia. Apontamentos místicos". *Finisterra*, nº72, pp. 83-99.
- Grünewald, R. (2003): "Turismo e etnicidade". In *Horizontes Antropológicos*, ano 9, nº20, pp. 141-159.
- Haesbaert, R. (2004): "O mito da desterritorialização". Bertrand Brasil, Rio de Janeiro.
- Harvey, D. (2002): "The condition of postmodernity". Blackwell, Cambridge.
- Harvey, D. (2011): "O Enigma do Capital e as Crises do Capitalismo". Bizâncio, Lisboa.
- Hauteserre, A.-M. d' (2005): "Maintaining the myth. Tahiti and its islands". In Cartier, C. and Lew, A., (Ed.), *Seductions of place. Geographical perspectives on globalization and touristed landscapes*. Routledge. London, pp.176-181.
- Mónica, M. F. (1996): "Turista à Força". Quetzal Editores, Lisboa.
- Poon, A. (1994): «The 'New Tourism' Revolution», *Tourism Management*, Vol. 15, Nº 2, 1994, pp. 91-92;
- Richards, G.; Wilson, J. (eds) (2007): "Tourism, creativity and development". Routledge, London.
- Simões, J. M.; Ferreira, C. C. (eds) (2009): "Turismos de nicho. Motivações, produtos, territórios". Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.
- Tabucchi, A. (2013): "Viagens e outras viagens". Publicações Dom Quixote, Lisboa.
- Urry, J. (2002): "The tourist gaze". Sage, London.