

Globalizando o olhar do turista¹

Globalizing the tourist gaze

John Urry

Tradução de Natália Otto^a

TURISMO E O GLOBAL

Em 1990, quando publiquei *O Olhar do Turista*² pela primeira vez, era mais difícil prever quão significativos se tornariam os processos que hoje chamamos de “globalização”. De fato, a internet havia acabado de ser “inventada” e não existia nenhum indicativo de como ela transformaria inúmeros aspectos da vida social, sendo absorvida mais rapidamente do que qualquer tecnologia anterior. E tão logo a internet começou a causar seu impacto, outra “tecnologia móvel”, o telefone móvel, transformou as práticas comunicativas “em movimento”. Portanto, a década de 1990, de modo geral, testemunhou uma notável “compressão espaço-temporal” à medida que as pessoas, ao redor do globo, se “aproximaram” por meio dos diversos desenvolvimentos tecnológicos. Para muitos grupos sociais, há, cada vez mais, uma “morte da distância” (CAIRNCROSS, 1997). Bauman, por sua vez, fala sobre a mudança de uma modernidade fixa e sólida para uma “modernidade líquida”, fluída e acelerada (2000).

Parte dessa sensação de compressão espacial emana dos rápidos fluxos de viajantes e turistas que se movem de um lugar a outro, especialmente de aeroporto a aeroporto. Em outra obra, estabeleci distinções entre viagens virtuais por meio da internet; viagens imaginativas por meio do telefone, do rádio e da televisão; e viagens corpóreas por meio da infraestrutura da indústria global de viagens (URRY, 2000). A quantidade de “tráfego” em todos esses exemplos se expandiu durante a última década. Não há evidências de que viagens virtuais e imaginativas estejam substituindo viagens corpóreas, mas há complexas intersecções entre os vários modos de viajar, que estão cada vez menos diferenciados entre si. A Microsoft pergunta: “Onde você quer ir hoje?”, e há maneiras independentes e diversas de chegar “lá”.

1 Originalmente publicado em: URRY, John. *Globalizing the Tourist Gaze*. Cityscapes Conference, Graz, 2001. Disponível em: <<http://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/urry-globalising-the-tourist-gaze.pdf>>.

^a Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo.

2 (NT) Edição brasileira: URRY, John. *O olhar do turista*. 3^a ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001

A viagem corpórea, em particular, adquiriu dimensões imensas e compõe o maior movimento de pessoas através de fronteiras nacionais da História. Devido a essa liquidez, as relações entre quase todas as sociedades ao redor do globo são mediadas por fluxos de turistas, e os lugares são reconfigurados como receptores de tais fluxos. Assim, há um processo onívoro de produção e “consumo de lugares” ao redor do mundo (cf. URRY, 1995). Componentes chave para a exibição de uma cultura global contemporânea incluem o *buffet* de hotel, a piscina, o coquetel, a praia (BOSKER; LENCEK, 1998), a sala de embarque do aeroporto (GOTTDIENER, 2001) e o bronzeado (AHMED, 2000).

Esse caráter onívoro pressupõe o crescimento de uma “reflexividade turística”, um quadro de disciplinas, processos e critérios que possibilitam que cada (e todo?) lugar monitore, avalie e desenvolva seu “potencial turístico” dentro dos padrões emergentes do turismo global. Essa reflexividade se preocupa em identificar a localização particular de um lugar dentro dos contornos geográficos, históricos e culturais que circundam o globo, e, especialmente, em identificar seu potencial material e seus recursos semióticos. Um dos elementos dessa “reflexividade turística” é a institucionalização dos estudos do turismo, de novas monografias, manuais, conferências exóticas, departamentos e periódicos (incluindo, na década de 1990: *International Journal of Tourism Research*, *Tourism Studies*, *Journal of Sustainable Tourism*, *Journeys*, *Tourism Geographies*). Há, também, diversas agências de consultoria conectadas a Estados, empresas, associações voluntárias e ONGs, tanto nacionais quanto internacionais. A emergência da “indústria do turismo” é bem capturada na figura surpreendente de Rupert Sheldrake, um antropólogo do turismo, no romance *Notícias do Paraíso*, de David Lodge³.

Essa reflexividade não diz respeito simplesmente a indivíduos e a suas possibilidades de vida, mas a um quadro de procedimentos sistemáticos, regularizados e avaliativos que possibilitam que cada lugar monitore, modifique e maximize sua localização na turbulenta ordem global. Tais procedimentos “inventam”, produzem, divulgam e circulam, principalmente por meio da televisão e da internet, lugares novos, diferentes, repaginados e relacionados a um nicho específico, bem como suas imagens correspondentes. A circulação dessas imagens contribui ainda mais para a ideia do “globo” (cf. FRANKLIN; LURY; STACEY, 2000).

Obviamente, nem todos os membros da comunidade mundial participam igualmente do turismo global. Ao lado dos turistas e dos viajantes globais, nos

3 (NT) Romance inglês publicado em 1991. Edição em português: LODGE, David. *Notícias do paraíso*. 4ª ed. Lisboa: Gradiva Publicações, 2005.

muitos “lugares vazios de encontro” ou “não lugares” da modernidade, como a sala de embarque do aeroporto, a rodoviária, o terminal ferroviário, o posto de serviço da estrada, o porto, entre outros, estão incontáveis exilados globais (MACCANNELL, 1992; AUGÉ, 1995). Eles estão fugindo da fome, da guerra, da tortura, da perseguição e do genocídio, à medida que a desigualdade social e econômica – e os deslocamentos populacionais que são sua consequência – se expandiu nos anos recentes, forçando muitas pessoas a se moverem.

Em um fenômeno significativo para o “olhar do turista”, uma série de desenvolvimentos está retirando o turismo das margens da ordem global, e mesmo da academia, para colocá-lo quase no centro deste emergente mundo da “modernidade líquida”. Primeiramente, infraestruturas turísticas têm sido construídas em lugares outrora impensáveis. Se, obviamente, a maioria das pessoas no mundo não são turistas globais, no sentido de serem visitantes, isso não significa que os lugares onde elas vivem e suas imagens de natureza, nação, colonialismo, sacrifício, comunidade e ancestralidade não sejam constitutivos de um voraz turismo global. Alguns destinos inesperados, que hoje estão significativamente implicados nos padrões do turismo global, incluem Alasca; Auschwitz-Birkenau; Antártica, especialmente no ano do milênio; a prisão Changi, em Cingapura; locais de ocupação nazista nas Ilhas Anglo-Normandas; Dachau; minas de carvão extintas; Cuba, especialmente sua herança “colonial” e “Americana”; Islândia; Mongólia; Monte Everest; o norte da Irlanda; Chipre do Norte, “ocupado” pela Turquia; Pearl Harbour; Rússia pós-comunista; Ilha Robben, na África do Sul; a “trilha do massacre” de Sarajevo; espaço sideral; Titanic; Vietnã; entre outros (cf. FOLEY; LENNON, 2000, sobre *dark tourism*; O’ROURKE, 1988, sobre “férias no inferno”). Em certos casos, tornar-se um destino turístico é parte do processo reflexivo por meio do qual sociedades e lugares se “inserir” na ordem global (ou se “reinsere”, como no caso de Cuba na década de 1990).

Paralelo a esse processo, há o crescimento do número de turistas vindo de diversos países, especialmente aqueles do “orient”, que outrora foram locais visitados e consumidos por pessoas do “ocidente”. A renda crescente de uma classe-média asiática (bem como as viagens estudantis e o turismo “mochileiro”) gerou um grande desejo de ver “por si mesmo” aqueles lugares do “ocidente” que parecem ter definido a cultura global. Hendry, por sua vez, descreve como vários parques repletos de aspectos “ocidentais” exóticos estão sendo construídos em diversos países da Ásia (2000). Ela chama esse fenômeno de “O Oriente Contra-Ataca”, uma exibição de características da cultura ocidental para que os asiáticos observem e exotifiquem, uma espécie de orientalismo reverso.

Ademais, muitos tipos de trabalho são, hoje, encontrados nos circuitos de turismo global. É difícil não ser afetado por um ou mais desses circuitos, que cada vez mais se sobrepõem a uma “economia de símbolos” geral e que se espalham pelos múltiplos espaços de consumo (LASH; URRY, 1994). Tais formas de trabalho incluem transporte, hospitalidade (incluindo o turismo sexual: CARTER; CLIFT, 1999), viagem, *design* e consultoria; a produção de “imagens” de locais turísticos globais, de ícones globais (como a Torre Eiffel), tipos icônicos (a praia global) e nacionais (as dançarinas de Bali); a midiaticização e circulação de imagens por meio da imprensa, da televisão, dos jornais, da internet, etc.; e a organização, por meio da política e das campanhas de protesto, a favor e contra a construção ou o desenvolvimento de infraestruturas turísticas.

Além disso, marcas globais poderosas e onipresentes estão circulando o globo (cf. KLEIN, 2000). Seu poder aparentemente fluído emana do fato de que as empresas mais bem-sucedidas das últimas duas décadas deixaram de lado a manufatura de produtos para se tornarem produtoras de marcas, gastando muito com publicidade, *design*, patrocínio e relações públicas. Tais marcas incluem muitas empresas envolvidas no ramo das viagens e do lazer: Nike, Gap, Easyjet, Body Shop, Virgin, Club Med, Starbucks, entre outras, que produzem “conceitos” ou “estilos de vida”. Elas são “libertadas dos fardos das lojas e da fabricação de produtos da vida real, essas marcas são livres para voar, menos como divulgadoras de bens e serviços do que como alucinações coletivas” (KLEIN, 2000, p. 22).

Assim, há incontáveis maneiras através das quais um grande número de pessoas e de locais é envolvido pelo vórtex do turismo global. Nesse sentido, não há duas entidades separadas, o “global” e o “turismo”, que têm algumas conexões externas uma com a outra. Ao contrário, elas são parte do mesmo quadro de processos complexos e interconectados. Desse modo, tais infraestruturas, fluxos de imagens e de pessoas, e práticas emergentes de “reflexividade turística” deveriam ser conceituados como um “híbrido global” que, juntos, possibilitam sua própria expansão e reprodução ao redor do mundo (URRY, 2000). Esse fenômeno é análogo à mobilidade de outros híbridos globais, como a internet, o transporte automotor, o mercado financeiro global, entre outros, que se espalham pelo mundo e reconfiguram o que é “global”.

INCORPORANDO O OLHAR

Em minhas obras, algumas vezes me referi a viagens como viagens corpóreas. Faça isso para enfatizar algo tão óbvio que às vezes é esquecido: que turistas que se movem de um lugar para o outro são compostos de corpos frágeis, que têm idade,

gênero e raça (JOKINEN; VEIJOLA, 1994). Esses corpos encontram-se com outros corpos, com objetos e com o mundo físico de maneira multissensorial. Assim, o turismo sempre envolve movimentos corporais e formas de prazer que devem ser centrais em qualquer sociologia dos diferentes tipos de turismo. Nesse sentido, o olhar do turista sempre envolve a relação entre corpos que estão em movimento, ainda que intermitente.

Assim, os corpos se exibem na encruzilhada entre sensações diretas do “outro” e diferentes paisagens de sentido (RODAWAY, 1994). Logo, os corpos navegam entre a sensação direta do mundo exterior, à medida que se movem corporalmente por ele (ou deitam-se, inertes, esperando para ser bronzeados), e paisagens de sentido discursivamente mediadas que simbolizam gosto social e distinção, ideologia e significado. Tais corpos, sentidos e sensíveis, preocupam-se com diversos tipos de *performances*. Eles não são fixos nem dados e necessitam de práticas específicas, especialmente para reforçar noções de movimento, natureza, gosto e desejo, por meio do corpo e para dentro do corpo. Há, portanto, complexas conexões entre as sensações corporais e as paisagens de sentido socioculturais, mediadas por discursos e por linguagem (cf. CROUCH, 2000, e MACNAGHTEN; URRY, 2000, sobre paisagens de lazer incorporadas). Esse fenômeno pode ser visto em grande parte das viagens tropicais, como as para o Caribe, onde os primeiros visitantes podiam provar novas frutas, sentir o aroma das flores, sentir o calor do sol, imergir o corpo no verde úmido da floresta, bem como ver novos cenários (cf. SHELLER, 2002).

O corpo sente à medida que se move. Ele é dotado de cinestesia, o sexto sentido que informa o que o corpo está fazendo no espaço, por meio de sensações de movimento registradas nas articulações, nos músculos, nos tendões, etc. O toque – dos pés no pavimento ou na trilha da montanha, das mãos na rocha ou no volante do carro – é especialmente importante para essa sensação de movimento, essa “mecânica do espaço” (GIL, 1998, p. 126; LEWIS, 2001). Diversas tecnologias e objetos mundanos facilitam essa cinestesia ao expandir a capacidade humana de sentir o mundo exterior. Há, assim, vários agrupamentos de pessoas, objetos, tecnologias e roteiros que, de maneira contingente, produzem o caráter durável e estável da mobilidade. Tais agrupamentos híbridos podem vagar pelos espaços rurais e pelas cidades, remarcando paisagens por meio do movimento.

Um dos efeitos das tecnologias móveis é a mudança na natureza da visão. As formas “estáticas” do olhar do turista, como a da “vista privilegiada da varanda”, enfocam as formas bidimensionais, as cores e os detalhes da vista que está diante de alguém, que pode se mover junto com os olhos (PRATT, 1992, p. 222). Esse olhar estático é capturado, de forma paradigmática, pela câmera fotográfica. Contras-

tando com esse fenômeno, ocorre o que Schivelbusch chama de “mobilidade da visão”, o panorama que passa rapidamente, a sensação de pressa multidimensional, a interconexão fluída entre lugares, pessoas e possibilidades (1986, p. 88; semelhante às imagens apressadas encontradas na televisão e no cinema). Portanto, há uma variedade de olhares turísticos: a vista passageira pelo vagão do trem, pela janela do carro, pela escotilha do navio, pela tela da câmera de vídeo (cf. LARSEN, 2001). Schivelbusch argumenta que “o viajante vê... por meio de um aparato que o move pelo mundo. A máquina e o movimento que ela cria se integram a sua percepção visual, logo, ele só consegue ver as coisas em movimento” (apud OSBORNE, 2000, p. 168).

A construção das ferrovias, no século XIX, foi importante para o desenvolvimento do olhar mobilizado. Do vagão do trem, a paisagem passou a ser vista como uma série rápida de panoramas emoldurados, uma “percepção panorâmica”, em vez de algo próprio para ser visto demoradamente, desenhado, pintado ou capturado de alguma forma (SCHIVELBUSCH, 1986). Nietzsche afirmou que “todos são como o viajante que conhece uma terra e seu povo pela janela do vagão” (apud THRIFT, 1996, p. 286). Nesse sentido, o estabelecimento da via férrea teve consequências particulares para o desenvolvimento inicial do turismo na América. Viajantes referiam-se especificamente a como a ferrovia aniquilou o espaço por meio de sua velocidade excepcional, que não era inteiramente percebida devido ao conforto do vagão do trem. Assim, a viagem ferroviária produziu uma enorme sensação de vastidão, de escala, de tamanho e de domínio da paisagem pela qual o trem passava velozmente (LÖFGREN, 2000, p. 3).

De modo semelhante, a vista pela janela do carro também teve consequências significativas para a natureza do “olhar de relance”, possibilitando que a materialidade da cidade e da paisagem fosse claramente apreciada (LARSEN, 2001). Em minhas outras obras, tratei de alguns momentos da história do transporte automotor, incluindo, na Europa entre guerras, uma espécie de “viagem pela vida e história de uma terra” (URRY, 2000). Uma classe média cada vez mais doméstica, confortável e segura dentro de seus *Morris Minors*⁴ “passou a viajar pela Inglaterra e a tirar mais fotos do que nunca” (TAYLOR, 1994, p. 122; cf. p. 136-145 sobre a “Kodaquização”⁵ da paisagem inglesa). Já nos Estados Unidos do pós-guerra, certas paisagens foram substancialmente alteradas para produzir um cenário “prazeroso para o motorista... usando a terra de modo que ela formasse ‘uma imagem atra-

4 (NT) Modelo de automóvel britânico lançado em 1948.

5 (NT) Referência à empresa multinacional de equipamentos fotográficos Kodak.

ente vista da estrada” (WILSON, 1992, p. 35). Desse modo, o Estado transformou a natureza em algo para “ser apreciado apenas com os olhos” (WILSON, 1992, p. 37). A vista da janela do carro significava que “quanto mais rápido nós dirigimos, mais plana a terra parece” (WILSON, 1992, p. 33).

No entanto, essa realidade corporal do movimento produz momentos intermitentes de proximidade física, de estar fisicamente no mesmo espaço de uma paisagem ou uma cidade, ou de estar em um evento ao vivo com seus amigos, família, colegas, parceiros, ou na companhia de “estranhos” desejáveis (todos esquiadores, ou todos com idades entre 18 e 30 anos e “solteiros”, ou todos jogadores de *bridge*). Nesse sentido, muitas viagens resultam de uma poderosa “compulsão pela proximidade” que as faz parecer absolutamente necessárias (BOLDEN; MOLOTCH, 1994). Diversos tipos de trabalho implicam viajar, graças à importância da conexão, da necessidade de se encontrar, de encorajar os outros, de sustentar uma rede de contatos. Estar lá por si mesmo é um momento crucial no turismo, quer esse local ocupe um lugar chave na indústria global de turismo, quer ele seja um lugar meramente comentado por um amigo. Os lugares precisam ser vistos pelas “próprias pessoas” e experimentados diretamente: conhecer a casa da infância de alguém, visitar um restaurante específico, caminhar ao longo do vale de um rio, escalar uma montanha ou tirar uma fotografia por si mesmo. Assim, uma copresença abrange os atos de ver, tocar, escutar, cheirar e provar um lugar específico (cf. URRY, 2000, sobre os múltiplos sentidos envolvidos nas mobilidades).

Um outro tipo de viagem ocorre quando um evento “ao vivo” deve ser visto, estando programado para acontecer em um momento específico. Exemplos incluem ocasiões políticas, artísticas, celebratórias e esportivas – estas últimas são especialmente “ao vivo”, já que seu desfecho (ou mesmo sua duração) talvez seja desconhecido. Cada um desses exemplos gera intensos momentos de copresença, seja no funeral da Princesa Diana, em um concerto da Madonna, em uma Exposição Mundial ou nas Olimpíadas de Sidney, em 2000. Esses são eventos que “não se pode perder” e que produzem enormes movimentações de pessoas em momentos muito específicos nas “cidades globais”, com o intuito de assistir tal evento “ao vivo” (cf. ROCHE, 2000). Roche descreve os megaeventos como “agrupamentos” sócio-espaço-temporais e ‘interruptores’ que.... canalizam, misturam e estabelecem novas rotas de fluxo global” (2000, p. 199). Eles são momentos espaço-temporais de condensação global, o que envolve de forma peculiar a intensa “localização” desses eventos globais em “locais únicos, devido ao fato de que eles são o palco de eventos únicos”. Tais lugares, portanto, “têm o poder de se transformar de lugares

mundanos... em ‘cidades sede’ especiais, que passam a ocupar um novo e distinto nicho dentro do turismo global” (ROCHE, 2000, p. 224).

Tamanha copresença quase sempre implica viajar para outros lugares, a fim de chegar aos locais visualmente diferentes para assistir a um evento ao vivo, para escalar uma montanha específica, para vagar “sozinho como uma nuvem”, para fazer *rafting*, para pular de *bungee jump* e etc. Essas práticas corporalmente definidas são encontradas em “espaços de lazer” especiais e específicos, geográfica e ontologicamente distantes de locais domésticos e profissionais. De fato, parte da atratividade desses lugares, onde os corpos podem ser corporalmente livres, aparentemente “naturais” ou rejuvenescidos, está no fato de que eles são sensorialmente distintos das rotinas e dos locais cotidianos. Nesse sentido, Ring descreve de forma muito interessante como os Alpes foram desenvolvidos, durante o século XIX, para ser um espaço especializado onde o cavalheiro inglês podia se sentir propriamente vivo (2000).

Esses locais envolvem “aventura”, ilhas de vida resultantes de uma intensa excitação corporal, vinda de corpos em movimento, os quais encontram seu complexo caminho no tempo e no espaço (cf. LEWIS, 2001, sobre o “aventureiro” escalador de rochas). Algumas práticas sociais envolvem resistência corporal, por meio da qual o corpo estabelece uma relação de fisicalidade com o mundo exterior. No final do século XVIII, quando caminhar foi estabelecido como um ato de resistência, a “liberdade” da estrada e o desenvolvimento da caminhada por lazer eram atos modestos de rebelião contra as hierarquias socialmente estabelecidas (JARVIS, 1997). De modo semelhante, o “turismo de aventura” extremo na Nova Zelândia demonstra formas de resistência física ao trabalho e ao cotidiano (cf. CLOKE; PERKINS, 1998). Já o desejo hedonista de adquirir um corpo bronzeado se desenvolveu por meio de uma resistência à ética protestante, à domesticidade das mulheres e à “recreação racional” (cf. AHMED, 2000).

Até aqui, abordei o corpo do ponto de vista do corpo que olha ou do corpo que se move. Mas o turismo é, com frequência, uma questão de ver outros corpos ou de ser um corpo a ser visto, de seduzir visitantes com habilidades, charme, força, sexualidade, etc. Nesse sentido, Desmond nota como são comuns as exibições corporais nas indústrias turísticas (1999). O corpo em movimento é, frequentemente, aquilo que é olhado, à medida que uma “corporalidade espetacular” se torna cada vez mais característica do turismo global. O corpo performático na dança se tornou comum, como os guerreiros dançarinos Maori, as cerimônias de dança de Bali, o samba brasileiro e a Hula havaiana.

Esses exemplos envolvem o que MacCannell chamou de “etnicidade reconstruída” e “autenticidade encenada” (1999, 1973). Na exibição do corpo na Hula, visões específicas do corpo feminino, meio branco e meio indígena, estão disponíveis ao consumo visual. Essas danças parecem ser “apresentações reais”, seu caráter atraente emana da impressão de um encontro não mediado, de uma exibição genuína de uma tradição antiga, em vez de algo feito meramente para o visitante. Assim, essas apresentações de dança se tornam símbolos do que a audiência turística acredita que elas sejam.

Em alguns casos, as danças são símbolos tão poderosos que suas apresentações se tornam o símbolo dominante da cultura em questão. Assim, nas culturas Maori e havaiana, a dança é a cultura, sobrepondo-se a qualquer outra simbologia e sendo reconhecível em todo o mundo. Desmond traça a história racial e de gênero da construção da dançarina de Hula, do início do século passado até o momento atual, em que 6 milhões de visitantes por ano são atraídos ao Éden naturalista que é simbolizado pela exibição da dançarina de Hula “natural”. Esse lugar-imagem se tornou globalmente reconhecido e incansavelmente recirculado (1999).

UM MUNDO MÓVEL

Na seção anterior, demonstrei que há interconexões muito poderosas entre “turismo” e “cultura” em um mundo móvel (cf. ROJEK; URRY, 1997). Não apenas os turistas viajam, mas também o fazem os objetos, as culturas e as imagens. Igualmente, parece haver uma “cultura móvel” mais geral, emanando de uma “compulsão pela mobilidade”. *Questions of Travel*, de Kaplan (1996), captura bem essa cultura da mobilidade. A família “estendida” da autora estava localizada em vários continentes. Assim, viagem e turismo, para ela, eram “inevitáveis, indisputáveis e sempre necessários por motivos ligados à família, ao amor, à amizade e ao trabalho” (1991, p. ix). O que está implícito aqui é que é direito de uma pessoa viajar, já que viagens são parte essencial da vida. As culturas se tornaram tão móveis que se acredita que os cidadãos contemporâneos (não só americanos!) têm o direito de se deslocarem entre lugares e culturas. Ademais, se membros de um domicílio estão sempre em movimento, as distinções entre o lar e o estrangeiro perdem seu poder. Assim, as culturas implicam e necessitam de diferentes e extensivas formas de mobilidade. Nenhuma cultura, no entanto, se iguala ao recente Festival Hindu Kumba Mela, em Allahabad, na Índia, em 24 de janeiro de 2001. Este foi provavelmente o maior número de pessoas a já terem se deslocado para um único lugar em um breve período de tempo; de 30 a 50 milhões de hindus de todo o mundo foram às margens do Ganges.

De fato, ser parte de uma cultura quase sempre envolve viajar. Nesse sentido, viagens que desenvolvem e sustentam culturas têm diferentes formas. Há viagens a locais sagrados de uma cultura; a locais onde estão textos importantes, escritos ou visuais; a lugares onde eventos significativos ocorreram; para ver indivíduos relevantes ou seus registros documentais; e para ver outras culturas, a fim de reforçar os próprios laços culturais do viajante.

A importância da viagem para a cultura – e como as culturas, em si mesmas, viajam – pode ser vista a partir da nacionalidade. A narrativa nacional de um país é central nesse processo. Histórias nacionais contam uma história de pessoas passando pela História, que frequentemente começa no início dos tempos (BHABHA, 1990). Muito dessa história, de suas tradições e ícones, terá sido “inventada” e resultará tanto de esquecer o passado quanto de recordá-lo (McCRONE, 1998). O final do século XIX na Europa foi um período de notáveis invenções de tradições nacionais. Na França, por exemplo, o Dia da Bastilha foi inventado em 1880, *La Marseillaise* se tornou o hino nacional em 1879, e 14 de julho foi designado feriado nacional em 1880; Joana d’Arc foi tirada da obscuridade pela Igreja Católica apenas na década de 1870 (McCRONE, 1998, p.45-46). A ideia da “França”, de modo mais geral, foi sendo expandida “por um processo semelhante à colonização, por meio da comunicação (estradas, ferrovias e, sobretudo, jornais), de modo que, ao final do século XIX, a cultura popular e a cultura de elite se uniram” como resultado de diversas mobilidades (McCRONE, 1998, p. 46). A produção em massa de monumentos públicos da nação também foi um elemento chave nesse processo, especialmente na Paris reconstruída – monumentos para os quais as pessoas viajavam, dos quais elas falavam e que compartilhavam por meio de pinturas, de fotografias, de filmes e da indústria de turismo europeia.

O papel nacionalista das viagens, bem como seu caráter de participação coletiva, se iniciou com a Grande Exposição no Crystal Palace, em Londres, em 1851, o primeiro evento turístico nacional. Embora a população britânica fosse de apenas 18 milhões, a Exposição recebeu seis milhões de visitantes, muitos dos quais utilizaram as novas ferrovias para visitar a capital da nação pela primeira vez. Na segunda metade do século XIX, megaeventos similares ocorreram na Europa, com audiências de 30 milhões de pessoas ou mais (ROCHE, 2000). Já na Austrália, a Exposição Internacional Centenária ocorreu em Melbourne, em 1888, e acredita-se que dois terços da população australiana compareceram (SPILLMAN, 1997, p. 57). Assim, visitantes domésticos e estrangeiros puderam confirmar os feitos e as características da Austrália. Ainda, a fundação de museus nacionais e o desenvolvimento de artistas, arquitetos, músicos, dramaturgos, romancistas,

historiadores e arqueólogos nacionais são particularmente importantes na genealogia do nacionalismo.

Além disso, o período recente assistiu à emergência de um palco global público no qual quase todas as nações devem aparecer, para competir e se mobilizar como espetáculo e para atrair um grande número de visitantes. Países tomam esses lugares especificamente a partir de megaeventos como as Olimpíadas, a Copa do Mundo e as Exposições (HARVEY, 1996). A existência desses eventos internacionais, cuja premissa é o turismo em massa e o cosmopolitismo, significa que a identidade nacional está cada vez mais sendo concebida em termos de uma localização em um palco global. É esse palco que facilita viagens corpóreas e imaginativas aos megaeventos da ordem global, especialmente às “Olimpíadas e exposições na ascensão da cultura global” (ROCHE, 2000).

Ainda, para muitas culturas, viajar depende do cruzamento de fronteiras nacionais. Domicílios em países em desenvolvimento, por exemplo, adquirem altos padrões de mobilidade quando sua renda aumenta. Nesse sentido, a proliferação das “diásporas globais” estende o escopo, a extensão e o significado de todas as formas de viagem para as famílias que vivem à distância. Diz-se em Trinidad e Tobago que alguém só se torna um verdadeiro “Trini” quando viaja para o exterior. Em torno de 60% das famílias nucleares têm pelo menos um membro vivendo em um país estrangeiro (MILLER; SLATER, 2000). Ong e Nonini demonstram a importância da mobilidade pelas fronteiras no caso da massiva diáspora chinesa, a qual se acredita que compreenda de 25 a 45 milhões de pessoas (1997). Clifford resume:

populações dispersas, uma vez separadas de sua terra natal por vastos oceanos e barreiras políticas, cada vez mais se encontram em relações fronteiriças com seus antigos países, graças a uma ida e volta possibilitada pela tecnologia moderna de transportes, pela comunicação e pela migração para fins de trabalho. Aviões, telefones, fitas cassetes, câmeras de vídeo e mercados de trabalho móveis reduzem distâncias e facilitam o tráfego em duas vias, legal e ilegal, pelos lugares do mundo (1997, p. 247).

Essas viagens diaspóricas também são abertas em termos de temporalidade. Diferentemente do turismo convencional, baseado em uma distinção clara entre o “lar” e o “estrangeiro”, o viajante diaspórico com frequência não têm fronteiras temporárias claras, visto que uma atividade tende a fluir para a próxima.

CONCLUSÃO

A globalização trouxe à tona importantes reconfigurações do olhar turístico, tanto para os corpos sempre em movimento, que param intermitentemente, quanto para os corpos imobilizados que se encontram em alguns desses “estranhos encontros” da nova ordem mundial. Tais encontros envolvem níveis excepcionais de “não interação” ou de anonimato urbano, especialmente dentro das curiosas “cidades muradas” conhecidas como aeroportos (GOTTDIENER, 2001, p.34-35).

Houve uma mudança massiva de um olhar do turista mais ou menos singular, próprio do século XIX, para a proliferação de incontáveis discursos, formas e incorporações do olhar do turista, à medida que múltiplos olhares se tornaram centrais para a cultura global, assolando todos os lugares em sua incrível insurreição. Há, então, inúmeras mobilidades, físicas, imaginativas e virtuais, voluntárias e coercitivas.

Ademais, há muito menos “turismo”, em si, que ocorre em tipos específicos de espaço-tempo; há o “fim do turismo”, dentro de uma “economia de símbolos” generalizada. Ainda, há cada vez mais similaridades entre os comportamentos que são “domésticos” e os que são “estrangeiros” (cf. ARGAWAL, BULL, SHAW, 2000, p. 282). Locais turísticos se proliferam ao redor do globo à medida que o turismo se torna massivamente midiaticizado, enquanto locais cotidianos são recriados de maneira “turística”, do mesmo modo que ocorre com muitos ambientes temáticos. A mobilidade é cada vez mais central para as identidades dos jovens, para aqueles que são parte de diásporas e para os muitos relativamente ricos e aposentados que podem viver em movimento. A “reflexividade turística” leva quase todos os locais – não importa quão “tediosos” – a conseguir desenvolver algum nicho de localização dentro dos rodopiantes contornos da ordem global emergente (cf. PARR, 1999, sobre a espetacular coleção de cartões postais sem graça).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGARWAL, Sheela; BULL, Paul; SHAW, Gareth. Tourism consumption and tourist behaviour: a British perspective. *Tourism Geographies*, v. 2, p. 264-89, 2000.
- AHMED, Sara. *Strange Encounters*. Londres: Routledge, 2000.
- AUGÉ, Marc. *Non-Places*. Londres: Verso, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity, 2000.
- BHABHA, Homi. *Nation and Narration*. Londres: Routledge, 1990.
- BODEN, Deirdre; MOLOTCH, Harvey. The compulsion to proximity. In: BODEN, Deirdre; FRIEDLAND, Roger (org.). *Now/Here: time, space and modernity*. Berkeley: University of California Press, 1994, p. 257-86

- BOSLER, Gideon; LENCEK, Lena. *The Beach: The History of Paradise on Earth*. Londres: Secker and Warburg, 1998.
- CAIRNCROSS, Frances. *The Death of Distance*. Londres: Orion, 1997.
- CARTER, Simon; CLIFT, Stephen (org.). *Tourism, Travel and Sex*. Londres: Cassell, 1999.
- CLIFFORD, James. *Routes*. Cambridge: Harvard University Press, 1997
- CLOKE, Paul; PERKINS, Harvey. Cracking the canyon with the awesome foursome: representations of adventure tourism in New Zealand. *Environment and Planning D. Society and Space*, v. 16, p.185-218, 1998.
- CROUCH, David (org.). *Leisure/Tourism Geographies*. Londres: Routledge, 2000.
- DESMOND, Jane. *Staging Tourism*. Chicago: University of Chicago Press, 1999.
- FOLEY, Malcolm; LENNON, John. *Dark Tourism*. Londres: Continuum, 2000.
- FRANKLIN, Sarah; LURY, Celia; STACEY, Jackie. *Global Nature, Global Culture*. Londres: Sage, 2000.
- GIL, José. *Metamorphoses of the Body*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1998.
- GOTTDIENER, Mark. *Life in the Air: Surviving the New Culture of Air Travel*. Lanham: Rowman and Littlefield, 2001.
- HARVEY, Penelope. *Hybrids of Modernity*. Londres: Routledge, 1996.
- HENDRY, Joy. *The Orient Strikes Back: A Global View of Cultural Display*. Oxford: Berg, 2000.
- JARVIS, Robin. *Romantic Writing and Pedestrian Travel*. Londres: Macmillan, 1997.
- JOKINEN, Eeva; VEIJOLA, Soile. The body in tourism. *Theory, Culture and Society*, v. 6, p. 125-151, 1994.
- KAPLAN, Caren. *Questions of Travel*. Durham: Duke University Press, 1996.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley: University of California Press, 1998.
- KLEIN, Naomi. *No Logo*. Londres: Flamingo, 2000.
- LARSEN, Jonas. *Tourism Mobilities and the Tourist Glance: the 'Tourist Gaze' in Motion*. Dept of Sociology, Lancaster University, 2001. Manuscrito não publicado.
- LASH, Scott; URRY, John. *Economies of Signs and Space*. Londres: Sage, 1994.
- LEWIS, Neil. *The climbing body: choreographing a history of modernity*. 2001. Tese (Doutorado em Sociologia) – Departamento de Sociologia, Universidade de Lancaster, Lancaster, 2001.
- LODGE, David. *Paradise News*. Londres: Secker and Warburg, 1991.
- LÖFGREN, Orvar. *On Holiday: a history of vacationing*. Berkeley: University of California Press, 2000.
- MACCANNELL, Dean. Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *American Sociological Review*, v. 79, p. 589-603, 1973.

- _____. *Empty Meeting Grounds*. Nova Iorque: Routledge, 1992.
- _____. *The Tourist*. Nova Iorque: Schocken, 1999.
- MACNAGHTEN, Phil; URRY, John. Bodies of Nature. *Body and Society*, v. 6, p. 1-202, 2000.
- MCCRONE, David. *The Sociology of Nationalism*. Londres: Routledge, 1998.
- MILLER, Daniel; SLATER, Don. *The Internet*. Londres: Berg, 2000.
- ONG, Aihwa; NONINI, Donad (org.). *Ungrounded Empires*. Londres: Routledge, 1997.
- O'ROURKE, Patrick J. *Holidays in Hell*. Nova Iorque: Atlantic Monthly Review, 1988.
- OSBORNE, Peter. *Travelling Light. Photography, travel and visual culture*. Manchester: Manchester University Press, 2000.
- PARR, Martin. *Boring Postcards*. Londres: Phaidon Press, 1999.
- PRATT, Mary Louise. *Imperial Eyes*. Londres: Routledge, 1992.
- RING, Jim. *How the English Made the Alps*. Londres: John Murray, 2000.
- ROCHE, Maurice. *Mega-Events and Modernity*. Londres: Routledge, 2000.
- RODAWAY, Paul. *Sensuous Geographies*. Londres: Routledge, 1994.
- ROJEK, Chris; URRY, John (org.). *Touring Cultures*. Londres: Routledge, 1997.
- SCHIVELBUSCH, Wolfgang. *The Railway Journey. Trains and Travel in the Nineteenth Century*. Oxford: Blackwell, 1986.
- SHELLER, Mimi. *Consuming the Caribbean*. Londres: Routledge, 2002.
- SPILLMAN, Lynette. *Nation and Commemoration*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- TAYLOR, John. *A Dream of England. Landscape, Photography and the Tourist's Imagination*. Manchester: Manchester University Press, 1994.
- THRIFT, Nigel. *Spatial Formations*. Londres: Sage, 1996.
- URRY, John. *Consuming Places*. Londres: Routledge, 1995.
- URRY, John. *Sociology Beyond Societies*. Londres: Routledge, 2000.
- WILSON, Alexander. *Culture of Nature*. Oxford: Blackwell, 1992.