

O “EU” E O “OUTRO” – UMA LEITURA DO CAPÍTULO: *SEEING AND THEMING*, DO LIVRO *THE TURIST GAZE* DE JOHN URRY

Sónia Rodrigues

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da

Universidade do Algarve

soniacristina81@hotmail.com

Resumo

Este sucinto texto pretende, sem grandes pretensões, ser uma reflexão sobre o capítulo sétimo, *Seeing and Theming*, do livro *The Tourist Gaze* de John Urry.

Na primeira parte do capítulo, *Seeing and being seen*, Urry analisa a questão do olhar do turista e como a fotografia, a partir do século XIX, suscitou novas formas de olhar, passando depois, em *Themes and Malls*, a debruçar-se sobre um dos aspetos específicos do olhar do turista, relacionando-o com uma série de ambientes produzidos, de forma orientada, para o consumo turístico.

Assim, este breve ensaio será estruturado em dois capítulos, que correspondem à parte primeira e segunda parte do capítulo sétimo do livro de John Urry. Após se fazer uma análise das ideias expressas, partir-se-á para o enunciar de outras teorias, de outros autores, que poderiam, quiçá, relacionar-se com o assunto do capítulo em estudo.

Palavras-chave: turismo; fotografia; identidade; tradição; encenação.

Abstract

This brief paper aims, without great claims, to be a reflection on the seventh chapter, *Seeing and Theming*, of the book *The Tourist Gaze* by John Urry.

In the first part of the chapter, *Seeing and being seen*, Urry analyzes the issue of the tourist gaze and how photography, from the nineteenth century, has resulted in new ways of gazing, moving then in *Themes and Malls* to examine one of the specific aspects of the tourist gaze, relating it with a series of produced environments, oriented to tourist consumption.

Thus, this short essay will be structured in two chapters, which correspond to the first and second part of the seventh chapter of John Urry's book. After the analysis of these ideas, we will list other theories, of other authors, which could, perhaps, be connected to the subject of this chapter.

Keywords: Tourism; photography; identity; tradition; staging.

I

O autor, neste sétimo capítulo, pretende estabelecer algumas conexões entre as práticas turísticas e outros fenómenos sociais. As práticas turísticas apresentam-se como complexas, devido à natureza diversificada do turismo e também porque outros fenómenos sociais envolvem cada vez mais elementos do olhar do turista. Há uma tendência, sobretudo nas sociedades pós-modernas, para se universalizar o olhar do turista. No entanto, não é possível avançar com uma teoria sobre o comportamento do turista, em vez disso deve-se tentar estabelecer uma série de conceitos e argumentos que captem aquilo que é específico do turismo e comum às práticas sociais do turismo e a certas práticas que não envolvem o fenómeno turístico.

Segundo o autor, a noção de divergência é fundamental, isto porque existem contrastes nítidos entre aquilo que as pessoas veem e vivenciam rotineiramente e aquilo que é considerado extraordinário, sendo que o extraordinário assume, por vezes, a forma de uma zona liminar.

Urry defende que há vários fatores que são extremamente relevantes, para se entender a sociologia do olhar do turista, que se vai modificando. Para esta modificação vão contribuindo diversos fatores, o tom social de diferentes lugares, a globalização e universalização do olhar do turista, os processos de consumo dos serviços voltados para o turismo, os significados do turismo, a modernidade e a pós-modernidade, a história, a tradição e o vernacular, o pós-turismo e o desempenho. Diferentes olhares que, consequentemente, resultam em diferentes práticas turísticas, sendo assim também possível toda uma variedade de discursos acerca deste tema.

O autor passa então a dissertar sobre a questão de ver e ser visto. Refere, desde logo, que o turismo de massas é característico das sociedades modernas, desenvolvendo-se somente quando se verificam alterações a nível económico, urbano,

infraestrutural e comportamental. As alterações, a estes níveis, vieram transformar as experiências de grandes setores da população, exemplo disso é o que ocorreu nas sociedades europeias, ao longo do século XX.

Durante o século XIX surgiram novos modelos de percepção, novas formas de ver e de se ser visto, que integraram a experiência moderna de se viver em novos centros urbanos e de visitá-los, sobretudo as grandes capitais. A popularização da fotografia, no final do século XIX, é um símbolo dessa nova forma de percepção visual e marca a reestruturação do olhar do turista, que emergiu durante esse período.

A reconstrução de Paris, em meados do século XIX, estabeleceu condições para que a experiência moderna de turismo se concretizasse (Berman in Urry, 2002: 125). Urry defende que, segundo Berman, a reconstrução da capital francesa permitiu novas formas de ver e de ser visto. A reconstrução de Paris implicou a deslocação de 350 mil pessoas para a zona dos subúrbios, o que possibilitou a criação de uma vasta área de quarteirões que atravessaram o coração da velha cidade medieval. Esses amplos quarteirões estruturaram o olhar dos parisienses e, mais tarde também, dos visitantes. Nesses quarteirões agruparam-se um enorme número de pessoas e de modo relativamente novo surgiram inúmeros estabelecimentos comerciais, lojas e sobretudo cafés, que ficaram a ser conhecidos como emblema do estilo de vida parisiense.

No entanto, em termos sociais, a reconstrução de Paris condicionou a que a classe trabalhadora tivesse de deixar o centro da cidade, sobretudo devido às altas rendas que ali eram praticadas. Assim, a reconstrução desta cidade levou a uma rápida segregação em termos residenciais, Paris tornou-se: "...a city of uncertainty in which there were too many surfaces, too few boundaries." (Urry, 2002: 126). Essa massa populacional anónima garantiu asilo a todos aqueles que se encontravam situados à margem da sociedade, pois podiam deslocar-se sem serem notados, observar sem serem observados, sem jamais interagirem com aqueles com quem se cruzavam. O autor refere o flâneur, aquele que em Paris se move, sempre de forma anónima, por entre a multidão. Este forasteiro do século XIX foi um precursor da atividade emblemática do turista: o tirar fotografias. No entanto, enquanto que o flâneur de classe média se sentia atraído por determinados recantos sombrios da cidade, o fotógrafo do século XX é atraído por todos os lugares, por cada objeto, evento ou pessoa passível de ser fotografado.

Para John Urry existem várias categorias associadas ao fenómeno de fotografar. Quando alguém tira uma fotografia está, de algum modo, a apropriar-se do objeto fotografado. A fotografia é uma forma de, em pequenas parcelas, transcrever a

realidade. A seleção, daquilo que se pretende captar, resulta numa tentativa de construir imagens idealizadas. O poder de fotografar reside no facto de a fotografia se apresentar como uma miniatura do real, sem revelar a sua natureza ou o seu conteúdo ideológico. Quando alguém se transforma num fotógrafo, está também a transformar-se num semiótico amador. A fotografia confere sentido a uma viagem. Há uma espécie de círculo hermenêutico envolvido em boa parte do turismo, o turista procura captar imagens, como aquelas que vê nos folhetos publicitários, guardando-as para si, como prova de que esteve realmente num determinado local.

Assim, o autor chega à conclusão de que a fotografia está intimamente ligada ao olhar do turista. É a partir de imagens que se estabelece o destino de uma viagem, elas organizam as expectativas sobre os lugares a contemplar. A obtenção de imagens fotográficas documenta a experiência que o turista viveu, as recordações dos lugares são estruturadas através das imagens fotográficas e muitas vezes, associadas a um texto verbal, são divulgadas a outros. Desta forma, o olhar do turista envolve irredutivelmente a rápida circulação de imagens fotográficas.

Segundo Walter Benjamin, “As primeiras pessoas reproduzidas surgiram, no campo visual da fotografia, íntegras e sem conotações.” (1992, 120). Estas primeiras imagens envolviam o rosto humano num profundo silêncio, no qual repousava o olhar. Tudo, nestas primeiras captações de imagem fotográfica, era pensado para demorar; na atualidade ocorre o oposto, a câmara é cada vez mais pequena e sempre pronta a registar imagens efémeras e secretas (Benjamin, 1992:134). Na atualidade é, cada vez mais, visível essa necessidade de apropriação do objeto, obtido na sua mais intensa proximidade, pela imagem, ou melhor, pelo seu registo (Benjamin, 1992:127).

A fotografia, tal como uma janela, recorta o mundo segundo o olhar, estabelecendo uma ligação entre sombra e luz, entre oculto e mostrável e entre visível e invisível, resultando daqui uma nova articulação entre sujeito e objeto.

Découpant le monde entre ombre et lumière, entre sujet et objet, entre caché et montré, invisible et visible, sa nouveauté et l'ampleur de son invention tiennent à ce qu'elle découpe le monde selon le regard. D'un côté le monde, de l'autre le spectateur qui regarde. (Wajcman, 2004:372)

Entre o sujeito, como observador, e o mundo representado existe a janela, que se torna uma divisória, permitindo ao sujeito permanecer oculto, mas dotado de visão, ele pode, na medida em que não é ameaçado, porque não é visível. *To shoot* é permanecer

aquém daquilo que se fotografa.

A iconografia da Idade Média, devido à crença na transcendência, apresentava figuras que vigiavam os hábitos e as atitudes dos humanos, as imagens dos quadros funcionavam como uma janela através da qual éramos observados, mas que não nos permitiam observarem. A janela, durante os tempos medievais, é o quadro do olhar exclusivo, quando Deus olhava para nós, através das pinturas, nós permanecíamos destituídos de olhar, os dois olhares jamais se cruzavam, pois a janela permitia olhar de fora para dentro e não o inverso (Wajcman, 2004:375).

O fotógrafo moderno é alguém que gosta de experienciar, a janela permite-lhe ver para o exterior e também, se assim o quiser, ser visto. Este sujeito, que observa sem ser visto, tem um poder absurdo, pois possui informações que o outro não pode ter, exemplo disso é, por exemplo, o sujeito colonial que assiste, de forma dissociada, ao seu engano e deduz a sua existência a partir do seu engano, pois, da mesma forma que não é possível separar o poder do saber, também não é possível separar a ação do discurso, descrever é produzir, existindo aqui uma relação simbólica que implica uma atitude de diferenciação. A ideia de que o espetador está dissociado do objeto é errada, a imagem que se faz do Outro é sempre vinculativa do sujeito que a profere (Wajcman, 2004:376).

La théorie de la fenêtre, c'est qui instaure le sujet comme n'étant plus simplement une créature de Dieu comme tout ce qui est sur terre, c'est que l'homme est celui qui voit la création. L'homme spectateur du monde. C'est-à-dire que la fenêtre fait du sujet voyant un analogue de Dieu, mais un petit dieu, à sa place condamné au point de vue. Wajcman, 2004:373)

Segundo Kathryn Woodward, uma identidade é sempre construída em relação a outra. A diferença é aquilo que separa uma identidade de outra, estabelecendo distinções, a maioria delas em forma de oposição, ou seja, eu sou assim, porque sou diferente do Outro. Existe entre os membros de uma sociedade um determinado consenso em como classificar tudo aquilo que consideram exterior a si (Woodward in Silva, 2006:47). Pensar o Outro como aquele que é simplesmente diferente, estranho, pode conduzir a eventuais efeitos perversos. Anthony Giddens salienta que, “O novo racismo descreve atitudes que são expressas através de noções de diferenças culturais, em vez da noção de inferioridade biológica” (Giddens, 2010:280).

II

Numa segunda parte deste sétimo capítulo, intitulada: *Themes and Malls*, o autor pretende analisar um dos aspetos do olhar, relacionando-os com uma série de ambientes produzidos, comercializados, divulgados e consumidos (Urry, 2002:130).

Existe uma tendência, cada vez mais difundida, de se dividir espacialmente os países. Foram inventados uma série de novos espaços visando o turista. No norte da Inglaterra existe, por exemplo, o *Last of the Summer Wine Country* ou o *Emmerdale Farm*, entre muitos outros do mesmo género. O espaço é dividido em termos de símbolos, que representam temas específicos, mas que não se relacionam necessariamente com a verdadeira história dos locais ou com processos geográficos.

Este processo também pode ser verificado no Canadá, onde o tema “marítimo” tem vindo a ser claramente explorado desde 1920, como forma de implementar o turismo. Sobretudo a região de Peggy’s Cove transformou-se, ao longo dos anos, num simulacro cada vez maior, de uma aldeia de pescadores próspera e tranquila, que nunca existiu.

Ainda mais peculiar é, por exemplo, o caso dos Granada Studios em Manchester.

Uma parte da sua exposição consiste numa reprodução de alguns cenários da telenovela *Coronation Street*. Este espaço é muito famoso e cativa a atenção de muitos visitantes, que demonstram grande entusiasmo em fotografá-lo. Na Grã-Bretanha outras atrações desenvolvidas recentemente incluem o Centro Jorvik em York, o Parque temático de Camelot em Lancashire, a experiência das cruzadas em Winchester, a Rota dos peregrinos em Canterbury, entre muitas outras.

Pode-se ainda encontrar outro exemplo característico em Llandrindod Wells, no País de Gales. Uma vez por ano a maior parte da população veste trajes eduardinos, tendo sido sugerido que a população poderia vestir-se assim durante todo o ano. Desta forma, a cidade inteira e a sua população tornar-se-iam numa cidade temática permanente.

Criaram-se novos temas, que surgem como mais reais do que os próprios originais e espalham-se por todo o lado. Muitos centros comerciais tornaram-se em verdadeiras atrações turísticas e representam uma forma de diferenciação cultural. Na América do Norte os centros comerciais são uma das atrações mais populares entre os turistas. Isto só foi possível devido, em grande parte, à permeabilidade dos símbolos turísticos e à grande circulação de imagens fotográficas. Os centros comerciais

representam pertença a uma comunidade de consumidores, participar significa uma forma de afirmar a própria existência e de ser reconhecido verdadeiramente como cidadão contemporâneo, ou seja, um consumidor.

Urry refere, por fim, o caso das feiras mundiais, que também se tornaram uma enorme atração turística. O desenvolvimento e a popularidade das feiras representa a intrusão, cada vez maior, do lazer, do turismo e da estética na paisagem urbana. Estas feiras constituem uma versão, em formato micro, do turismo internacional. Em vez de preambular pelo mundo, o turista pode usufruir, num único espaço, de um conjunto diversificado de experiências.

Segundo Eric Hobsbawn (1984, 13), “Houve a adaptação quando foi necessário conservar velhos costumes em condições novas ou usar velhos modelos para novos fins.” No entanto, muitas “tradições” que parecem apresentar como ancestrais são na realidade relativamente recentes, quando não são inventadas.

Hugh Trevor-Roper (1993,16) refere o caso dos escoceses. Estes, sempre que se reúnem para celebrar a sua identidade nacional, expressam-se de formas que os distinguem. Todos os símbolos utilizados, embora queiram transmitir uma sensação de antiguidade, são de facto uma construção moderna.

This apparatus, to which they ascribe great antiquity, is in fact modern. It was developed after, sometimes long after the Union with England against which it is, in a sense, a protest. (Trevor-Roper *in* Hobsbawn e Ranger: 1993, 15)

As formas culturais, segundo as quais se expressam e que consideram ser um elemento distintivo, são na realidade uma invenção, pois os escoceses até ao século XVII não possuíam uma cultura que distinta dos irlandeses. A criação de uma cultura escocesa, como um fenómeno independente, foi um processo levado a cabo entre o final do século XVIII e o início do século XIX. Primeiro houve a revolta cultural contra a Irlanda, a usurpação da cultura irlandesa e o reescrever da história escocesa, o que resultou na ideia de que a Escócia celta era a nação-mãe e a Irlanda uma dependência em termos culturais. Depois, foram criadas, de forma artificial, as tradições, que pretendiam estabelecer uma forma de distinção. E finalmente ocorreu o processo em que as tradições foram oferecidas e adotadas (Trevor-Roper *in* Hobsbawn e Ranger: 1993, 16).

For once the links with Ireland had been cut, and the Scottish Highlands had acquired – however fraudulently – an independent ancient culture, the way was open to signalize that independence by peculiar traditions. The tradition which was now established was a peculiarity of dress. (Trevor-Roper *in* Hobsbawn e Ranger: 1993, 118)

Originalmente, os *Scottish Highlands*, eram apenas irlandeses que se deslocaram de uma ilha para a outra, assim é também presumível que a forma de vestir fosse a mesma e, de facto, era. Só no século XVII, quando o laço entre os escoceses e os irlandeses se quebra, é que o vestuário dos primeiros se altera, ocorrendo estas mudanças de forma irregular ao longo desse século. Inclusivamente a palavra *Kilt* só surge vinte anos após a união com a Inglaterra. “We may thus conclude that the kilt is a purely modern costume...” (Trevor-Roper *in* Hobsbawn e Ranger: 1993, 22).

As tradições, ou falsas tradições são utilizadas para fins específicos, nomeadamente como forma de espetáculo para os turistas. Por exemplo, o folclore sobrevive de citações, sónicas e visuais, que coincidem em traços, de elementos que nos tentam transportar para o passado, mas esses traços encontram-se, por vezes, desprovidos de contextualização, esvaziados de história, reforçando uma certa artificialidade.

Encontram-se também presentes no folclore noções como a de memória coletiva, ou memória de um povo, bem como o retorno a uma idade de ouro em que as pessoas felizes nos seus trabalhos cantavam uma pureza que transmitia uma característica da nação. Estas representações estão enformadas pelo envolvimento ideológico do nacionalismo, o folclore servia como instrumento de consolidação cultural, supostamente conduzindo à consolidação social e para a criação de uma consciência histórica da nação.

Houve a invenção de signos de nacionalidade, entendidos como tradicionais, por pretensamente se reportarem ao passado. O passado, como história, foi utilizado para a legitimação da nacionalidade. Segundo Pierre Nora (1989, 8) a memória e a história, longe de serem sinónimos aparecem em fundamental oposição.

Memory is life, borne by living societies founded in its name. It remain in permanent evolution, open to the dialectic of remembering and forgetting, unconscious of it successive deformations, vulnerable to manipulation and appropriation, susceptible to being long dormant and periodically revived. (Nora, 1989:8)

No caso específico de Portugal, criaram-se inúmeros ranchos folclóricos. Esta criação prende-se com a influência, em meados do século XIX, do Romantismo literário, com Almeida Garrett e Alexandre Herculano, bem como com a necessidade de construção de uma imagem nacional.

La tendencia a mixtificar la tradición popular no era, en sí misma, ninguna novedad en la Europa de siglo XIX; es más, el Romanticismo y el culto a lo “nacional” contribuyeron a crear toda una tradición apócrifa de la que pocas lenguas y culturas del viejo continente se vieron libres. (Cid, 2005:11)

Ao longo do século XIX, e em certo sentido ainda na atualidade, o nacionalismo constituiu um elemento essencial para o fortalecimento dos Estados, fornecendo o alicerce ideológico de que estas entidades políticas necessitavam para adquirirem legitimidade. As raízes dos diversos nacionalismos eram encontradas – ou inventadas – nas tradições populares, então “formalizadas e ritualizadas” como elementos originais, intrínsecos “desde sempre” a um determinado povo (Hobsbawn:1984:13).

Boaventura de Sousa Santos refere que as culturas nacionais, enquanto substâncias, formam uma criação do século XIX, sendo estas um produto histórico, resultante da tensão entre universalismo e particularismo gerida pelo Estado.

Relativamente à questão da memória, Carlos Fortuna (2002:19) argumenta que “O processo da transformação identitária das cidades passa, no fundo, por revelar os elementos que, na sua história secular, vão sendo valorizados e desvalorizados, esquecidos ou notabilizados, no plano simbólico em que as cidades se representam e são representadas.” Há desta forma uma apropriação de elementos patrimoniais para valorizar os lugares urbanos, isto porque, segundo Halbwachs:

En réalité, ce qui dure ou ce que paraît durer c’est l’apport entre une certaine figure ou disposition matérielle, la forme ou le dessin du groupe ou de son activité projetée dans l’espace et la pensée ou les représentations essentielles de la société: c’est l’attitude du groupe telle qu’elle résulte de ses rapports avec les choses. (Halbwachs, 1997: 235)

Conclusão

Após relacionar o olhar do turista com a fotografia e os espaços temáticos, o autor chega à conclusão de que as experiências turísticas estão divididas por classe, género e etnia. Há dois assuntos chave que se levantam. Primeiro, a composição social dos turistas e, em segundo, a composição social daqueles que habitam nos espaços visitados. Os turistas, nos espaços que frequentam, veem e são vistos, fotografam e são fotografados (Urry, 2002: 137).

Até ao século XIX o viajar era exclusivo dos homens, só quando surgiu o turismo de massas, se começou a divulgar a ideia de férias em família, no entanto, dirigidas somente ao casal heterossexual. A propaganda turística parecia não visar alguns grupos, nomeadamente os negros britânicos. Estes encontravam-se praticamente excluídos das imagens dos folhetos que publicitavam férias (Urry, 2002: 137).

O século XIX foi determinante para a experiência turística, pois associou a este fenómeno o ato de fotografar, o que possibilitou novas formas de ver e de ser visto. A fotografia está intimamente ligada à atividade turística, é um símbolo, quando vemos alguém de câmara na mão, pronto a disparar, partimos logo do pressuposto de que se trata de um turista. A partir desta questão, que surge como central a esta primeira parte do capítulo sétimo de *The Tourist Gaze*, foi introduzido o conceito de *fenêtre* enunciado por Gérard Wajcman, a fotografia, tal como uma janela, é uma visão sobre o mundo real, de um lado o espetador, do outro o observado. Na questão da janela, tal como na questão da fotografia, o poder, em última análise, reside no espetador, pois é ele que seleciona, de forma idealizada ou não, a imagem a preservar, o observado está sempre dependente do ponto de vista, sendo que a seleção é também o reflexo daquele que seleciona.

Na segunda parte do capítulo em estudo, *Themes and Malls*, o autor analisa a questão dos parques temáticos que, muitas vezes, mostram uma imagem ficcional da história de uma determinada região, com o objetivo de ser fotografada pelo turista. Procurou-se relacionar a questão da invenção da tradição, que ocorre visando o turismo, com aquela que ocorreu, em grande parte, no século XIX e que se manteve até à atualidade. As tradições podem ser assim utilizadas para diversos fins, como forma de espetáculo ou como forma de afirmação da nacionalidade.

Bibliografia

Benjamin, Walter (1992) *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Relógio d'Água, Lisboa.

Cid, Jesús Antonio (2005) *Nacionalismo y Poesía Popular, Manuel Murguía y La Invención de un Romancero Gallego Apócrifo*, Revista ELO 11/12.

Fortuna, Carlos e Silva, Augusto (2002) *Projecto e Circunstância: As Culturas Urbanas em Portugal*, Afrontamento, Porto.

Giddens (2010) *Sociologia*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Halbwachs, Maurice (1997) *La Memoire Collective*, Albin Michel, Paris.

Hobsbawn, Eric e Ranger, Terence (1984) *A Invenção das Tradições*, Paz e Terra História, Rio de Janeiro.

Kathryn Woodward (2006) Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual, in Silva, T.T. (org.), *Identidade e diferença – A perspectiva dos estudos culturais*, Editora Vozes, Petrópolis, Brasil.

Nora, Pierre (1989), *Between Memory and History: Lieux de Memoire*, Publicação online. [citado em 15 de março de 2012]. Disponível em URL: [http:// www.jstor.org/](http://www.jstor.org/)

Santos, Boaventura de Sousa (2002) "Entre Próspero e Caliban: colonialismo, pós-colonialismo e inter-identidade", in Ramalho, Maria Irene e Ribeiro, António Sousa (org.), *Entre ser e estar. Raízes, Percursos e Discursos da Identidade*, Edições Afrontamento, Porto.

Trevor, Roper (1993) "The invention of tradition: the Highland traditions of Scotland", in Hobsbawn, Eric e Ranger, Terence (orgs.), *The Invention of Tradition*, Cambridge University Press, Cambridge.

Urry, John (2002) *The Tourist Gaze*, Sage Publications LTD, London.

Wajcman, Gérard (2004) *Fenêtre – Chroniques du Regard et de l'Intime*, Verdier, Paris.