

COUSIN, Saskia – *Les miroirs du tourisme. Ethnographie de la Touraine du Sud*. Paris : Descartes & Cie, 2010, pp.263.

EM NOME DO TURISMO: A LEGITIMAÇÃO PELO
DESEJO DOS OUTROS

TRISTAN LOLOUM*

“Isto não é um livro sobre turistas”. Não é por mera coincidência que esta frase colocada na introdução lembra uma pintura de Magrite : o livro de Saskia Cousin é uma sutil desconstrução da *traição das imagens*¹ turísticas. Mediante a etnografia histórica de duas pequenas cidades do interior francês, Loches – uma “Cidade Real” – e Montresor – uma “vila medieval” – a antropóloga analisa como o turismo contribui à construção dos lugares e à fábrica das identidades locais. Ao trabalhar sobre destinos secundários - “ordinários” - ela oferece um contraponto ao discurso do singular e do único para mostrar como o turismo se tornou, a partir da década de 1990, um novo senso comum capaz de reconfigurar os coletivos e seus enraizamentos territoriais.

Se os turistas são relativamente ausentes no livro, é primeiramente porque o próprio termo “turista” é uma categoria porosa. Existe entre o turista (circulante) e o habitante (residente) um *continuum* de definições instáveis e circunstanciais : veranistas, neo-residentes, visitantes, excursionistas, “parisienses”. Essas “categorias políticas” arruinam a oposição estruturante entre anfitriões e convidados [*hosts and guests*] (SMITH, 2000) e dificultam o trabalho dos analistas estatísticos e dos políticos que precisam de categorias claras e facilmente identificáveis. A antropologia também experimentou dificuldades com o objeto turístico, como observa

* Doutorando sob co-orientação em antropologia social (EHESS) e estudos do turismo (UNIL/IUKB), suas pesquisas tem como foco principal a transformação das instituições políticas no litoral turístico do Nordeste brasileiro.

¹ Nome da famosa pintura de René Magrite que representa um cachimbo com a seguinte legenda : “Ceci n’est pas une pipe” [Isto não é um cachimbo].

Marc Abélès no prefácio do livro quando afirma que o antropólogo sempre ficou “atento em não ser confundido, na sua curiosidade pelo Outro, com os viajantes comuns” (p.11). O próprio Claude Lévi-Strauss especificava, pouco depois de salientar seu ódio pelas viagens na primeira frase de *Tristes Trópicos* (“odeio as viagens e os exploradores”), que “uma viagem desloca simultaneamente no espaço, no tempo e na hierarquia social²”, como para de certa forma reabilitar o turismo como objeto de estudo. Como estudo do “outro do outro”, a antropologia tem todo interesse em se apropriar do tema, pois como bem observa Saskia Cousin, o “turista” é sempre o *outro* e o turismo contribui numa constante (re)produção das fronteiras entre o “nós” e os “outros”. A autora apresenta um outro argumento para a pouca presença dos turistas em seu livro. Para ela, os turistas não são os verdadeiros alvos do turismo, mas bem um pretexto político e cultural para uma valorização local.

PARA QUE SERVE O TURISMO ?

O questionamento da antropóloga parte de uma constatação simples : as chamadas “repercussões econômicas” do turismo, tais como emprego, renda, consumo direto e indireto, quando repetidas *ad nauseam* como justificativa incontestável do desenvolvimento turístico, são raramente avaliadas e medidas; e quando avaliadas, os resultados ficam muito aquém das expectativas. Na região central da França, por exemplo, as atividades laborais ligadas ao turismo representa menos de 4% do índice total de empregos (p. 17). Em Montresor, um vilarejo de 400 habitantes, as festas realizadas “para os turistas” representam muito mais um gasto que um benefício. O fato é que os habitantes pagam a festa três vezes: primeiramente pelos impostos, depois pelas cotizações voluntárias para ajudar na festa e por fim comprando os bilhetes de entrada (p.213).

Ainda se considerarmos os chamados “efeitos indiretos”, “induzidos”, ou “a longo prazo”, os impactos econômicos são considerados decepcionantes pelo empresariado local, alguns até se queixam do barulho da festa que “assusta” a clientela. Quanto a economia residencial, o turismo também não contribui ao desenvolvimento da mesma, uma vez que não se observa nenhum crescimento substancial do número de moradores nas cidades estudadas. A composição sociológica do público contradiz ainda a *vulgata turística*. Em Montresor, como constata a autora, tanto nas festas locais organizadas para os habitantes quanto nas festas turísticas dirigidas às “pessoas de fora”, os principais frequentadores permanecem os mesmos : as populações locais. Em Loches, por sua vez, capital histórica da Touraine

² “Un voyage déplace simultanément dans l’espace, le temps et la hiérarchie sociale” (LÉVI-STRAUSS, 1955, p.179).

du Sud, as manifestações culturais dirigidas aos visitantes da cidade contam com maior participação da elite local do que dos próprios turistas.

Diante do exposto, qual seria o motivo de semelhantes “espetáculos para turistas onde não tem turistas³”? Qual seria o motivo para tanto *remue-ménage* politico-institucional quando nem os benefícios econômicos e nem a composição sociológica do público cumprem suas promessas? Como bem observa a própria autora: “minha hipótese é que não se trata de produzir mais-valia financeira ou comercial, mas de dar valor ao que os próprios habitantes fazem, ao que eles são. E dar valor ao que eles fazem e ao que eles são passa pela afirmação da existência de uma comunidade histórica e a representação das suas hierarquias⁴”. O turismo, por tanto, exerce seu papel muito mais como meio de ganhar apoios institucionais, verbas, reconhecimento cultural e coesão do grupo, do que de responder as expectativas dos próprios turistas.

Para os eruditos, os políticos locais e os habitantes, o turismo é um espelho positivo onde cada um se olha desejado por outros, uma modalidade de relação consigo mesmo, mediada pelo imaginário turístico. A questão do “para quem” sucede automaticamente àquela do “para que”. Se o turismo pode atuar como modo de integração social, como é o caso dos novos residentes de Montrésor que ao participar da organização do turismo acabam se posicionando do lado do “nós” local em oposição aos “turistas” e recriam assim a vila pela qual sempre sonharam⁵, ele pode também ser considerado como uma maquina de distinção social e de triagem histórica.

PEQUENAS PÁTRIAS E CIDADES-MONUMENTOS

Os primeiros capítulos do livros são dedicados a analisar historicamente os efeitos dos discursos eruditos, administrativos e turísticos na constituição simbólica dos territórios. A autora insiste particularmente no papel dos cientistas (e pseudocientistas) e das elites políticas na cristalização de *imagens identifiantes* (AUGÉ, 1994) do lugar. Desde o folclorista Jaques-Marie Rougé, desejoso de fazer da sua “pequena pátria” - o país de Loches - uma amostra representativa da mais “autêntica” cultura rural francesa até o ex-secretário nacional do turismo e atual prefeito Jean-Jacques Descamps de Loches, preocupado em valorizar comercialmente a oferta turística tirando o máximo “proveito promocional da região” (p.119), passando pelas

³ “Un spectacle pour touristes où il n’y a pas de touristes » (p.24).

⁴ “Mon hypothèse est qu’il ne s’agit pas de réaliser une plus-value financière ou commercial mais, pour les habitants, de donner une valeur à ce qu’ils font, à ce qu’ils sont. Et donner une valeur à ce qu’ils font et ce qu’ils sont passe par l’affirmation de l’existence d’une collectivité historique et la re-présentation de ses hiérarchies” (p. 217).

⁵ Cf. Capítulo 7 “Sur la scène”, p.205-233.

sociedades arqueológicas e outras associações elitistas - como o Touring Club de France - atentas aos sítios e monumentos mais emblemáticos da Grande História francesa: a Touraine efetuou uma progressiva reorientação [um *recentrage*] da sua imagem para se conformar com a ideologia nacional dominante. Enquanto isso, os folcloristas e geógrafos como Vidal de La Blache (incondicional admirador das terras de Touraine) davam valor as peculiaridades agrológicas da Touraine e à doce indolência do seu povo rural e periférico. Os notáveis locais conseguiram - juntamente com as instituições patrimoniais - enfocar o relato histórico da Touraine sobre sua relação com a história dos reis, uma leitura muito mais coerente com o centralismo das instituições culturais, com as grandes narrações do marketing turístico e com as ânsias de legitimação histórica da aristocracia local. Hoje, Touraine é conhecida como o “coração da História Real” e “cunho da verdadeira língua francesa”.

Na parte sul da Touraine, os topônimos e denominações regionais foram evoluindo conforme os produtores simbólicos do território - os “eruditos” e os “edis” - resignificavam o caráter periférico da localidade em relação aos centros de poder (Tours, Paris). A “Touraine Baixa” [*Basse Touraine*] se tornou assim “Touraine do Sul” para valorizar positivamente a situação “meridional” da região. A partir de então, a Touraine du Sud tornou-se o sul da metade norte do país. Pouco depois, a região ganhou o rótulo turístico de “Desvio mais bonito da França” para se destacar frente ao famoso roteiro dos Châteaux de la Loire.

Os mapas turísticos cumprem uma função similar: colocam o destino no centro do território, selecionando os pontos de interesse e distorcendo o espaço. Do mesmo modo, Loches começou a explorar sua herança Real valorizando a figura de Agnès Sorel, a amante preferida do Rei Charles VII, até se identificar como “cidade favorita do Rei”.

A imagem de um lugar é sempre fruto de arranjos sucessivos com a história. As elites tem um papel central nesse processo de seleção histórica, trabalham para fazer prevalecer representações do passado que legitimem suas posições sociais e atuações políticas no presente. Foi assim que a memória das grutas trogloditas e das explorações de cogumelos, pouco valorizante na opinião dos poderosos, ficou ocultada pela majestosa herança Real, por tão anedótica que seja na história pessoal dos habitantes.

A patrimonialização da cidade participa também da reprodução de antigas hierarquias sociais. Ela se baseia na seleção de elementos arquitetônicos considerados dignos de interesse, em geral, aqueles ligados a “Grande História” e, coincidentemente, às classes sociais superiores: o Castelo, as muralhas, as Passagens Reais onde desfilaram os cortejos da Coroa. A cidade-

-monumento (FABRE, 2000) legitima e erige em patrimônio uma versão da história na qual a elite se reconhece. Em Loches, a introdução de uma taxa de acesso turístico na Cidadela veio reforçar o sentimento de exclusão dos habitantes, agora obrigados a pagar para ter acesso à essa parte da cidade, e salientar as divisões simbólicas entre a cidade alta, associada a aristocracia e a “grande cultura”, e a cidade baixa associada à população de habitantes e a cultura popular. Em Montrésor, o turismo também se alimenta de contrastes sociais. A presença das velhas famílias da aristocracia polonesa se tornou um ponto de interesse turístico, e essa cidade é hoje conhecida como a “Pequena Polônia”. Valorizando “as pequenas histórias da História dos grandes”, o turismo aparece assim como “um modo de apropriação do passado e uma modalidade de invenção do futuro”⁶.

○ TURISMO, UMA LINGUAGEM DO PODER

Apesar da insistência sobre o papel das elites na produção simbólica dos territórios turísticos, Saskia Cousin não vê o turismo como um simples canal de dominação, mas um espaço de negociação e de coprodução. A comparação entre Loches e Montrésor revela opções diferentes no desenvolvimento turístico. Enquanto em Loches a atividade se profissionalizou e se institucionalizou até chegar a ser um elemento central da legitimidade política local, em Montrésor o turismo se manteve mais artesanal e à serviço do “espírito de aldeia”. Enquanto em Loches, a integração das instituições municipais nas redes patrimoniais e nos rótulos turísticos sempre veio reforçar as rupturas históricas entre a Grande História (Real) e a indiferença popular, em Montrésor o prefeito sempre quis garantir a “harmonia” do lugar, utilizando as referências históricas de maneira inclusiva e não exclusiva: a imagem medieval, voluntariamente anacrônica, foi mobilizada para fins lúdicos e sociais, não patrimoniais. O que importa em Montrésor não é a exatidão histórica mas, o ambiente e a coesão de grupo.

Em ambos os casos, as possibilidades de captar recursos financeiros através de programas públicos colocam os prefeitos numa posição central. A inserção dos municípios nas redes e nos projetos turísticos confere às mesmas um reconhecimento e, por extensão, uma legitimidade política aos prefeitos que lideram os procedimentos de candidatura. Portanto, ao mesmo tempo em que o Estado impõe sua presença física e simbólica no território através dos programas turísticos, os políticos locais mostram muita habilidade para negociar e recuperar esta ordem estatal ao seu favor. Para Saskia Cousin, “o Estado turístico é um Estado fraco” (p. 143), caracterizado pela superposição de competências, pela dispersão das

⁶ “Un mode d’appropriation du passé et une modalité d’invention du futur” (p.202).

subvenções pela fragmentação das mensagens institucionais. O pluralismo institucional decorrente dessa situação reforça o poder dos prefeitos, cujo poder de negociação aumenta com o número de interlocutores institucionais. O turismo é assim descrito como “um bom produto político”⁷, uma nova *vulgata* através da qual os políticos podem escolher vários registros de argumentação para justificar sua ação, começando por um discurso desenvolvimentista e chegando à reivindicações regionalistas, identitárias e/ou culturais. Enquanto o “patrimônio” permanece um domínio reservado às elites culturais, o turismo é considerado como um setor mais consensual e igualitário, já que oferece (em diversas medidas) oportunidades econômicas para todos os escalões sociais, “não precisa de um capital social ou cultural extraordinário para trabalhar no turismo”⁸.

UMA TRAIÇÃO DA PUBLICIDADE TURÍSTICA

O livro de Saskia Cousin revela ser um excelente antídoto contra as mistificações do turismo, mas também contra as críticas expeditivas. Ao apresentar o turismo como uma instituição social, a autora se abstém de toda definição categórica, uma vez que não se trata de dizer o que é (ou não é) o turismo, nem quem são (ou não são) os turistas, mas sim de descrever como essas categorias são usadas pelos atores para (re)produzir espaços, políticas públicas e grupos sociais. A descrição etnográfica consegue dar conta da complexidade do turismo sem no entanto confundir, num estilo acessível e ao mesmo tempo sutil.

Os estudiosos quiçá lamentarão a pouca teorização do livro, pois Saskia Cousin não pretende se posicionar em nenhum campo acadêmico ou escola de pensamento; usa os conceitos antropológicos com parcimônia, como ferramentas para desconstruir as evidências do turismo, não como finalidades. Porém os casos apresentados dariam espaço para discutir alguns temas da “antropologia do turismo”, começando pelos autores clássicos como John Urry ou Dean MacCannell, citados de maneira meramente anedótica no livro. Com efeito, existe um fundo construtivista comum entre as configurações de discursos e poderes descritas por Saskia Cousin sobre a Touraine, e o “olhar turístico” de inspiração foucauldiana conceituado por Urry (1990). Do mesmo modo, o sistema heurístico desenvolvido por Cousin para estudar as promessas não cumpridas do turismo, articulando análise cultural das imagens turísticas (AUGÉ, 1997), antropologia da circulação dos imaginários (APPADURAI, 1996) e etnografia dos interesses políticos locais (ABÉLÈS, 1989), lembra os esforços de Dean MacCannell

⁷ Cf. Capítulo 4 “Le tourisme, un bon produit politique”, p.115-144.

⁸ “Point besoin de capital social ou culturel extraordinaire pour travailler pour et dans le tourisme” (p.239).

(1999) em incorporar o interacionismo de Erving Goffman, a semiótica, e o estruturalismo marxista para descrever o *sightseeing* como uma “performance ritual” pós-moderna condenada ao fracasso, que “mesmo tentando construir totalidades, continua celebrando diferenças⁹”.

Mas a escolha da autora por limitar as inferências teóricas se explica pelo público ao qual se dirige o livro: “tentei escrever um texto para os habitantes de Touraine, para os pesquisadores e estudantes” explica a antropóloga na introdução do livro. Isso justifica também a preocupação dela em se distinguir das monografias eruditas - “objetos maiores de comunicação” - que ela mesmo usou como material empírico. Saskia Cousin avisa àqueles que pensavam usar o livro como “embaixador” da Touraine du Sud que o mesmo poderá ser interpretado como uma “traição em relação a publicidade esperada”, pois sua vocação não é promover uma região mas sim “compreender como e por que o turismo, em contexto ordinário, pode tomar tanta importância na vida cotidiana e na estruturação dos grupos, enquanto os fluxos turísticos se fazem esperar¹⁰”. No entanto, os pesquisadores na espera de discussões teóricas mais aprofundadas poderão se referir as 580 página da tese da mesma autora (COUSIN, 2002), a partir do que foi originado seu livro. De todo modo, este último não deixa de ser uma excelente demonstração do que pode ser uma antropologia política do turismo na França, acessível aos universitários estrangeiros e ao “turista aprendiz”.

REFERÊNCIAS

ABELES, Marc. *Jours tranquilles en 89 : Ethnologie d'un département français*, Paris : Odile Jacob & Seuil, 1989.

APPADURAI, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

AUGE, Marc. *Pour une anthropologie des mondes contemporains*, Paris : Aubier, 1994.

AUGE, Marc. *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*, Paris : Payot & Rivages, 1997.

COUSIN, Saskia. *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*, tese de doutorado, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 2002.

⁹ “I discovered that sightseeing is a ritual performed do the differentiations of society. Sightseeing is a kind of collective striving for a transcendence of the modern totality, a way of attempting to overcome the discontinuity of modernity (...). Of course, it is doomed to eventual failure: even as it tries to construct totalities, it celebrates differentiation” (MacCannell, 1999: 13).

¹⁰ “Comprendre comment et pourquoi le tourisme, en milieu ordinaire, peut prendre une telle importance dans l'organisation de la vie quotidienne et la structuration des groupes sociaux, alors même que les flux touristiques se font attendre” (p.26-27).

FABRE, Daniel. *Domestiquer l'histoire. Ethnologie des monuments historiques*, Paris : MSH, 2000.

LEVI-STRAUSS, Claude. *Tristes tropiques*, Paris: Plon, 1955

MAC CANNELL, Dean. *The tourist. A new theory of leisure class*, 2ª Ed. Berkeley: University of California Press, 1999.

URRY, John. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*, London: Sage, 1990.