



OURIQUES, HELTON RICARDO. A PRODUÇÃO DO TURISMO: FETICHISMO E DEPENDÊNCIA. CAMPINAS, ALÍNEA, 2005, 159 P.

Pedro Antonio Vieira*

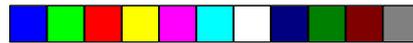
Desde o final da década de 1970, quando a economia-mundo capitalista entrou na fase recessiva e as aplicações financeiras passaram a ser a principal e preferencial fonte dos lucros para os grandes capitalistas do mundo todo, o desenvolvimento através da industrialização – como preconizava a CEPAL desde os anos 1950 – foi se mostrando inviável para os povos do então chamado terceiro mundo. Foi necessário criar uma nova promessa: o turismo. Revelando que as quimeras da industrialização ainda não estavam completamente soterradas, esta atividade passou a ser chamada de “indústria sem chaminés”. Na terra de Pindorama, a partir dos anos 90 – quando não havia mais como ignorar a recessão dos anos 80, com todas as suas expressões em termos de desemprego, queda da renda, etc., - o turismo apareceu como o novo eldorado. Empresários, governantes e, também, as parcelas da população mais bem colocadas na hierarquia da renda, embarcaram nesta nova viagem. Além de renda e emprego, o turismo também iria promover o encontro e enriquecer culturalmente tanto os visitantes como os visitados. Pode-se dizer que não há rincão deste Brasil que não esteja procurando desenvolver suas potencialidades turísticas. Campo, cidade, praia, favelas, todos agora têm vocação para o turismo. Criaram-se não só agências governamentais de fomento, como também faculdades e cursos médios para preparar pessoal qualificado. Podemos até falar de um movimento de salvação nacional – e local – pelo turismo, cujos críticos, como aconteceu em Florianópolis, eram considerados inimigos do progresso.

Num tal contexto, deve ser saudado com entusiasmo o livro de Helton Ouriques. Sua leitura nos ajudará a todos, incluindo os ingênuos turistas, a retirar o véu que nos impede de ver as várias e nada edificantes facetas da aparentemente pura e inatacável forma de promover o progresso e a cultura.

Como o autor gosta de sublinhar ao longo do texto, sua pesquisa pretende constituir-se numa crítica radical ao turismo enquanto atividade, aos promotores desta atividade (empresários e governantes), que a apresentam como a mais nova via para o desenvolvimento do mundo subdesenvolvido e também, aos que se dedicam a pensá-la desde a academia. Para isso, Helton Ouriques parte da crítica marxiana ao modo de produção capitalista, cuja expansão depende da extração da mais-valia, que por sua, vez só pode prosseguir indefinidamente – como exige sua própria natureza - com a mercantilização de todos os aspectos da vida social. Nesta perspectiva, sustenta o autor, ainda que não apareça assim, o turismo é, antes de tudo, uma forma de exploração do trabalho alheio para a produção de uma mercadoria especial, a mercadoria-paisagem, sujeita, portanto, ao que o autor denomina de fetichismo espacial. Outra inovação analítica é a aplicação ao turismo da noção de sociedade do espetáculo, de Guy Debord. E o autor nos oferece uma expressiva quantidade de evidências empíricas para fundamentar sua tese de que o turismo se “constitui como uma forma de espetáculo e só pode, aliás, desenvolver-se enquanto espetáculo” (53).

*Professor Doutor do Departamento de Ciências Econômicas e da Pós-Graduação em Economia da UFSC
E-mail: pavieira@cse.ufsc.br





O autor está, também, atento a uma outra questão que fica completamente obscurecida no esforço que as elites da periferia do capitalismo fazem para atrair turistas dos países centrais: em lugar do desenvolvimento, o resultado deste esforço é o aumento da dependência e a reedição do colonialismo. Não obstante, em nossa opinião, o autor não percebeu a contradição que há entre estes dois conceitos, na medida em que a dependência, como definida por Marini, é uma relação entre nações formalmente independentes, sendo pois, uma situação pós-colonial. Como conciliar teoricamente estas duas situações?

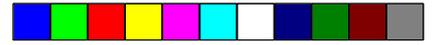
Mais do que teórica, a tese da dependência é fundamentada empiricamente, pois os países centrais continuaram sendo o principal destino turístico mundial. Já a reedição do colonialismo é percebida pelo autor no fato de que os "serviços sexuais", o exotismo e o servilismo das populações locais constituem-se como os principais atrativos para os turistas estrangeiros. E deve ser registrado que grande parte destes turistas são trabalhadores que têm a oportunidade de viver, por alguns dias, na posição que, talvez, sempre quiseram ocupar: a de serem servidos em lugar de serem servos, a de confirmarem seus preconceitos sobre os povos da periferia do capitalismo e a de afirmar sua superioridade frente ao primitivismo das culturas locais. O último capítulo é reservado a mostrar como estes aspectos aparecem no Brasil, que, segundo o autor, em lugar de continuar a trajetória de emancipação econômica iniciada na década de 1930, parece estar dando um giro e voltando à condição de colônia, quer dizer, voltando a existir para os outros, só que desta vez não mais como colônia de exploração e, sim, como Colônia de Férias.

Nem a geografia, ou melhor, uma certa produção geográfica, escapa às críticas do autor. Ao se voltarem para a temática do turismo os geógrafos estariam criando uma nova função para este ramo do conhecimento, que "se antes servia para fazer a guerra, agora serve para fazer turismo." (90)

Este não é um livro apenas para especialistas. Com exceção, talvez, do capítulo 3 (Produção Científica em Turismo: síntese crítica) em que autor distingue 4 correntes na literatura sobre o tema, todos os demais capítulos serão muito bem aproveitados por leitores dos vários ramos das ciências sociais, mas não só por eles. É um livro para todos que, em algum momento, nos tornamos turistas. Sua leitura nos sacode do torpor e da alienação em que, aos poucos, nos vamos deixando enredar pela propaganda e por nossa ignorância a respeito do funcionamento da sociedade capitalista. Helton Ouriques nos mostra como a promoção do turismo exerce uma sedução sobre diferentes grupos sociais, até o ponto em que mesmo os críticos do capitalismo pensam que podem combatê-lo com suas próprias armas, neste caso o turismo.

Há aqueles que, oprimidos e inconformados pela miséria material resultante da destruição – pelo próprio capital, é bom que se registre – das formas de vida tradicionais, querem oferecer alguma saída para essas populações e eis que agora a saída é pela porta do turismo. A necessidade de propor soluções – aliás uma dos traços distintivos dos tempos atuais - impede-os de perceber que, provavelmente, estão reeditando a solução que já no passado foi tentada: ter algo para vender, conectar-se ao mercado, o que, no fim, significa ligar sua sobrevivência ao capital. No passado foi vender parte da produção agrícola, depois a própria força de trabalho e agora a paisagem, o conjunto da vida social, ou pelos menos certos aspectos de sua cultura e meio ambiente. Suas vidas, seus espaços de trabalho, de convivência social, suas tradições culturais e artísticas já não existem para eles e sim para a venda, para o comprador de experiências exóticas, de espetáculos. Outros, em sua luta contra o capitalismo, também se sentem oprimidos, isolados, e, por isso, acabam por aceitar as formas fetichizadas e espetaculares de relacionamento para poderem ser ouvidos e vistos. É que parece ter acontecido com o MST, que concordou em que seu acampamento se





tornasse um destino turístico para grupos estrangeiros. Nos dois casos, como aponta certamente Helton Ouriques, estamos vendo que tanto a vida de pacatos nordestinos do Sertão do Cariri, quanto a de lutadores sociais do MST, foram transformadas em mercadoria, ou melhor, em mercadoria-espetáculo.

Como interpretar estas iniciativas? Expressões da máxima dominação do capital? Estratégias de resistência num ciclo de sufocante mercantilização capitalista? Helton Ouriques não compartilharia estas dúvidas, pois, para ele, estas iniciativas refletem a rendição aos ditames do capital. Embora esta interpretação não advirta as contradições e os contra-movimentos àquela rendição, é inegável que, desde o início da década de 1990, mais e mais grupos e organizações de resistência ao sistema adotaram "a mudança por dentro". Nesta armadilha caímos freqüentemente quando, por exemplo,

pensamos que, através dos meios de comunicação de massa, da propaganda, poderemos fazer outra coisa que reforçar o que queremos combater. Esquecemos que, nos meios de comunicação de massa, todas as situações, acontecimentos, propostas, temas, problemas e dramas humanos e pessoais são apresentados como parte de um grande espetáculo, de uma grande telenovela. E, neste movimento, perdem completamente sentido, força e vida, pois só assim podem ser consumidos, ouvidos e vistos por um público que busca a superficialidade, que quer viver e experimentar tudo sem sair da poltrona.

Estamos, pois, diante de um livro cuja leitura vai nos fazer bem, pelo conteúdo histórico, analítico e pelos inúmeros exemplos e situações que até podemos conhecer, mas que neste texto - enquadradas pela perspectiva teórica adotada pelo Helton - adquirem uma força e uma dimensão impactantes.



