

*Artigo Especial:*  
**TO BE OR NOT TO BE: SOBRE O AUTÊNTICO E O  
FALSIFICADO NAS CONSTRUÇÕES DO TURISMO**

*Autor:*  
*Eduardo Yázigi<sup>1</sup>*

---

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor (es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: [revistacet@hotmail.com](mailto:revistacet@hotmail.com)

A CULTUR – Revista de Cultura e Turismo é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura, Turismo e áreas afins, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

---

**CULTUR – Revista de Cultura e Turismo**

CULTUR, ano 03 – n. 03 – Junho/2009

[www.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo)

---

<sup>1</sup> Possui graduação em História pela USP, mestrado em Planejamento Urbano pela Universidade de Paris; doutorado em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade de Paris e livre docência também em planejamento urbano pela USP (1997), onde é professor na FFLCH.

## 1. NÃO-LUGAR, UM CONCEITO MAL ENTENDIDO

O nomadismo conceitual é muito comum no desenvolvimento das ciências, mas não raro a custa de adulterações na passagem de uma disciplina para outra, como bem explorou Isabelle Stengers. Ignorar a imperiosa necessidade de contextualizar conceitos significa criar intelectuais transgênicos, cujas escolas estão mais para uma *Appellation d'origine controlée* do que um compromisso conseqüente com a realidade brasileira. É que a essência dos conceitos, com modificações de passagem, chega a desvios comprometedores causados, inclusive, por respeitáveis nomes das ciências humanas, conforme estudo de Sokal, em *Imposturas Intelectuais*.

Imposturas não significam mau caráter por parte dos autores. Querem apenas dizer que as novas construções traem suas origens: muitos acadêmicos não conseguiram entender aquilo que lhes inspirou ou até, viraram tudo pelo avesso. Afora os conceitos importados de outros países, outros mais estão a reclamar precisões porque suas “naturalizações” têm revelado discrepâncias com a realidade. Refiro-me à difusão conceitual de “não lugares” e “pseudo-lugares”, abraçada por arquitetos, urbanistas e geógrafos, profissionais do espaço, enfim. Não deixa de ser curioso como certos encantamentos intelectuais pretendem preencher os vazios da inquietude pessoal com modismos que vão de disciplina em disciplina. Vários conceitos começaram a me incomodar, incitando-me a questioná-los mais a fundo, já que o turismo é inseparável do espaço e das culturas, e porque suas aplicações não batem com vários aspectos do que vejo.

A ladainha do *não lugar* e sua geografização flu, repleta de panegíricos, redundou naquilo que os próprios franceses contestam com a ironia: *Beaucoup de bruit pour rien* = muito barulho à toa. Uma novidade não tão novidadeira quanto pretendem.

Augustin Berque, como segue, chama a atenção para a ambivalência dos lugares em Geografia, por um lado devido à sua necessidade de abstração científica; por outro, pelo que apresentam no mundo sensível. Daí a necessidade ontológica de retornarmos aos fundamentos, inaugurados por Aristóteles e Platão, oportunamente lembrados por Berque como contraditórios e complementares, isto é, representados pelos conceitos de *chôra* e *topos*, ambos traduzíveis por lugar, mas com significados diferentes. No *Timaeus* de Platão,

o *chôra* intervém na relação entre o ser absoluto ligado ao inteligível e o ser relativo (*genesis*), derivado do mundo sensível (*cosmo*). O ser relativo nada mais é do que uma imagem imperfeita do absoluto que é eterno por não possuir lugar. Pelo contrário, o ser relativo, por depender do vir a ser, não pode existir sem um lugar que é o *chôra*. (...). Ora como o *chôra* é simultaneamente matriz e marca da *genesis*, significa que no mundo sensível existe uma ligação ontológica, indissolúvel, entre os lugares e as coisas.

Em revanche, em Aristóteles, o *topos* é associado a um “recipiente imóvel” que limita a coisa de imediato:

Isso significa que por um lado, a coisa e o lugar são dissociáveis: se a coisa se mexe, seu lugar se torna outro lugar; por outro lado, que o ser ou a identidade da coisa não ultrapassa seu lugar: se ela ultrapassar esse limite (*peras*), ela seria outra coisa; porque ela teria uma outra forma, e para o aristotelismo, a forma confere o ser à coisa.

Em conclusão, Berque reconhece duas concepções de lugar, a primeira, definível por si mesma, independentemente das coisas, dada pelas coordenadas geográficas: o lugar é um ponto abstrato, mas totalmente objetivo. A segunda concepção deriva do *chôra* e é de natureza relacional: depende das coisas e essas por sua vez da relação com o vir a ser, escapando do princípio de identidade. É o que ele denomina o lugar do “crescer-junto” do mundo sensível. A dificuldade está em encontrar lógica fora da identidade. Milton Santos não deixaria de comparecer com sua profunda densidade: *lugar é o espaço do acontecer solidário*.

A Geografia, ciência dos lugares como a denominava Vidal de la Blache, deve assim, necessariamente, combinar as duas lógicas sub-entendidas. É uma tarefa árdua, porém mais rica, do que reduzi-la, ilusoriamente, a uma ou outra. Os lugares da realidade, esses que são objeto da Geografia, transgridem suas topicidades: eles se agenciam em *choresias* móveis, contingentes, como o são os predicados da história; não obstante, jamais se libertam totalmente das leis da identidade física.

## 2. ABUSO CONCEITUAL

Modernamente e pelo inverso, o conceito de não-lugar é inaugurado por Merleau-Ponty e Michel de Certeau, mas foi a partir de Marc Augé (p.73 sqq) que nasceu uma definição antropológica que se expandiria para outras disciplinas:

Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar. A hipótese aqui defendida é a de que a super-modernidade é produtora de não-lugares, isto é, de espaços que não são em si lugares antropológicos e que, contrariamente à modernidade baudelariana, não integram os lugares antigos: esses, repertoriados, classificados e promovidos a “lugares de memória”, ocupam aí um lugar circunscrito e específico (...). O lugar e o não-lugar são antes polaridades fugidias: o primeiro nunca é plenamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente – palimpsestos em que se reinscreve, sem cessar, o jogo embaralhado da identidade e da relação.

No que interessa a presente discussão, a polêmica surge quando Augé afirma que *o espaço do viajante seria, assim, o arquétipo do não-lugar* (p. 81), isto é, impróprio para as relações sociais - por criar *tensão solitária* (p. 87). *O espaço do não-lugar não cria nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude* (p. 95)

Conquanto essas observações possam interessar a Antropologia a partir do espaço, para a Geografia, particularmente Geografia do Turismo, a idéia central de Augé pouco acrescenta. Seria simplista demais pretender a prática do turismo a partir de uma única motivação que, no pensamento dos puristas, converteria todos os turistas num exército de Gurdjievs: procura da verdade; entrosamento íntimo com o hospedeiro etc. Tudo isso pode ser válido para alguns viajantes, mas o turismo não se reduz nem pode se limitar a uma missão viageira a mosteiros que são o lugar da procura de Deus ou da verdade. Um turista seria mais humano se chegasse a viver longas trocas (as rapidinhas não permitem isso) num lugar despojado de grandes visibilidades, capaz de enriquecê-lo com uma lição de vida. Ninguém duvida que ser viajante é a melhor forma de conhecer um lugar. Como essa opção não é proibida, quem quiser ser mais coerente que o faça se tiver fôlego.

Resta saber se os residentes de qualquer lugar terão tempo de ficar fazendo sala para todos que surgirem, mormente hoje que as pessoas desconfiam da própria sombra e que o turismo de massas é um fato irreversível. Ah utopia! Entende-se que quem aspira mais intimidade seja virtualmente antropólogo. Essa lide exige longa convivência com um grupo social, só possível mediante muitas viagens.

Mas esperar isso de um turista cheia parábola. Neste mundo restam milhares ou milhões de lugares e micro-lugares autênticos para que turistas crentes possam tentar a fórmula do entrosamento. Mas como as verdadeiras relações devem ser recíprocas, um dia o afortunado turista terá de receber ou ciceronear quem o recebeu. O mundo de hoje tem muito de impessoal. Não se pode esperar que gigantescas garagens subterrâneas possam dispensar suas máquinas receptoras de comprovante de estacionamento pago. Para o proprietário do estacionamento significa um funcionário a menos. Não se pode pretender que tudo, em todos os lugares, sejam *loci* de trocas sociais. Seria também necessário saber se é isso que os turistas querem.

Considero contactos de primeiro grau efetivamente benéficos para quem se dispõem e têm tempo de realizá-los – o que não deixa de ser hilariante, quando sabemos que até pessoas que dormem na mesma cama vivem cheias de conflitos. Não concordo com a generalização do conceito antropológico pelo motivo exposto acima: não se pode esperar que todos os lugares do mundo sejam lugares de mediação para relações sociais.

Aliás, o simples fato de instalações frias e impessoais cumprirem funções indispensáveis à vida moderna, numa sociedade massificada com bilhões de habitantes, demonstra que são lugares sim, em nada inferiores apesar de sua distância humana. Se essa circunstância representa um fator negativo à Antropologia, à *Geografia interessa independentemente de qualquer temperatura: tudo o que acontece no solo é campo de estudo seu*. Entenda-se: à Antropologia interessam sobretudo espaços que permitem ler a organização social, isto é, a constituição das dimensões simbólicas.

Nenhum espaço é exclusivamente lugar ou não-lugar: esses traços se superpõem e variam muito. O próprio Marc Augé, numa entrevista concedida à *Revue Urbanisme*, declarou-se surpreso com a repercussão que expressão *não-lugar* vem tomando: *Quando uma palavra, por uma razão qualquer se difunde bastante, pode obviamente ser objeto de interpretações excessivas ou que não estavam contidas na intenção inicial*.

De modo mais impressionante o autor comenta as deturpações de seus seguidores: *O outro equívoco é que eu nunca disse que o não-lugar era mau e que o lugar era bom (...). A ilusão de que a viagem proporciona conhecimento é muito incômoda. A viagem não proporciona nada disso. Ela é, majoritariamente, consagrada a descobrir ruínas, curiosidades do passado. (...). A viagem é uma provação de si mesmo e a preocupação com o outro não é, forçosamente, prioritária.* Não menos chocante é saber que incontável número de turistas permanece alguns segundos em frente à tela da Monalisa e gasta horas com compras nas butiques de souvenir.

A procura da pureza, cada vez mais rara nos dias que correm, leva teóricos a doutriná-la também no turismo, condenando pseudo-lugares – em óbvia oposição aos verdadeiros. Para aonde nos leva essa estranha polaridade?

### 3. PSEUDO-LUGARES: TO BE OR NOT TO BE?

A autenticidade tem sido comentada por quase todos teóricos do turismo, mas continua de tal modo insuficiente que, mais uma vez, sou instado a procurar mais fundamentos. O pseudo-lugar parece ser um filho bastardo do não-lugar.

*Ser ou não ser, eis a questão*, é a peroração extraída do primeiro monólogo de Hamlet (III, I) para caracterizar uma situação onde a vida de um indivíduo ou de uma nação estejam em jogo. Conforme aceita *Le Petit Larousse Compact*, (p.XLI) o verso final de William Shakespeare, também costuma ser usado para colocar casos duvidosos em foco. O *ser* exprime a realidade, a relação com a consciência. Deus, nas escrituras sagradas, é definido como aquele que É. Com Descartes, o *Cogito ergo sum = Penso, portanto sou*. (Daí algumas reflexões sobre o tão discutido significado da dicotomia verdadeiro/falso, fundamental para o sentido da vida e que no caso de uma teoria do turismo pode ser luz ou apagão. Literalmente luz ou apagão). Convi evitar maniqueísmos no conteúdo de lugares e não-lugares, em favor das essências contidas em cada um desses conceitos. Nossa insatisfação com o mundo é de tal monta que enveredar um caminho supostamente salvífico poderá falsear ainda mais a questão do verdadeiro e do falso. Não é isso que se espera de uma abordagem científica.

O registro léxico de *autenticidade* surge no século XII numa possível derivação do grego *authentikos*, com vários significados através do tempo, dentre as quais o de *mestre absoluto*. Sob outra hipótese, o vocábulo seria uma composição de *auto* = *por si mesmo* + *hentos* = *que se realiza*, isto é, uma existência justificada por si própria, assim como Deus expressou o máximo do subjetivismo ao criar o mundo: *Criei porque quis!* Por largo tempo o vocábulo foi empregado para denominar um texto original e depois jurídico (um ato de autoridade, portanto inatacável).

No século XIX assumiu significados de sinceridade e depois moral em oposição à falsidade. Finalmente, no século XX adquiriu um contorno muito utilizado em nossos dias, isto é, de uma profunda verdade individual ou de um grupo que vive distanciado das banalidades. O verdadeiro, portanto, se opõe ao que é inventado, imaginado, falso, aparente. É aquilo que é tal qual parece ser. (Mas há quem diga que muita verdade pode nos espantar!). Sob o prisma do patrimônio cultural, a autenticidade tem sido debatida como medida de veracidade da unidade interna de um processo criativo e da realização física de uma obra, consideradas suas transformações através do tempo – conforme defende J. Jokilehto.

Cientistas sociais, geógrafos e turismólogos têm usado e abusado do aparecimento daquilo que concordam em chamar de *não lugares e pseudo-lugares*. O conteúdo dessa adjetivação carece de maior profundidade, pelo menos em sua aplicação aos lugares turísticos. Para mim a discussão tem de passar, antes de tudo, pelo entendimento do que possa ser a *verdade*, posto que o falso só pode existir em relação ao verdadeiro, que obrigatoriamente o precede.

Não farei uma história do conceito de verdade que ultrapassa o objetivo deste artigo: ficarei com o entendimento dado pelo senso comum nos dicionários vulgarizados e filosóficos, um dos quais a define a como a *correspondência, adequação ou harmonia passível de ser estabelecida, por meio de discurso ou pensamento, entre a subjetividade cognitiva do intelecto humano e os fatos, eventos e seres da realidade objetiva* (Houaiss: 2845). A verdade é entendida sob várias nuances, dependendo do contexto em que é utilizada. Podemos entendê-la na ótica jurídica, semântica, ontológica, filosófica, matemática e outras mais. No *Dicionário Oxford de Filosofia*, organizado por Simon Blackburn, interessa-nos particularmente a relação existente entre o verdadeiro e o falso (p. 403)

Supõe-se que na lógica clássica (com dois valores de verdade) que cada afirmação tem um desses valores e que nenhuma tem os dois. Assim, uma afirmação é falsa se, e somente se, não for verdadeira. A motivação para esse esquema é a idéia de que a cada afirmação correspondem condições de verdade determinadas, i.e., modos como o mundo tem de ser para que a afirmação seja verdadeira; se essas condições se verificarem, a afirmação é verdadeira, e se não se verificarem é falsa. É claro que as afirmações podem ser feitas em contextos que as tornam felizes ou infelizes em outros aspectos (bem-educadas, enganadoras, pertinentes, espirituosas etc.), mas a veracidade é a principal noção normativa que rege a produção de uma afirmação, apesar de as considerações acerca da vagueza poderem introduzir alguns matizes nesse esquema em preto e branco (...)

A verdade, como seu antônimo falsidade, são adjetivos substantivados e por isso não podem figurar como predicados. Quais seriam os sujeitos desses predicados? Tenhamos ciência de que, a rigor, ambos não podem ser atribuídos às coisas, mas somente ao que julgamos sobre essas coisas. A grande questão assim colocada é a do relativismo da verdade com outros valores: será ele um deles (estéticos, éticos, vitais etc.)? Nesse caso, em qual posição da hierarquia de valores ela se coloca? Ou será que a verdade flutua acima dos valores?

O falso é igualmente relativo, pois não existe uma única mentira, mas diferentes categorias dela. Tudo é questão de percepção. As palavras adquirem sentido nas relações recíprocas que mantêm com outras. A proposição de que existem paralelas (linhas retas contidas no mesmo plano) é verdade para a geometria euclidiana, mas falsa na concepção de Nikolai Ivanovitch Lobatchevski (autor da geometria hiperbólica), a menos que ampliemos o sentido do vocábulo *paralela* para englobar a tradução dessa nova linguagem que contém certa correspondência com a paralela euclidiana.

Outro exemplo. Ao reformular o conceito de espaço-tempo, relativizando-o, Stephen Hawking explica Einstein em Andrew Robson (p.61):

De pé junto à janela de um vagão de trem que avança de maneira uniforme, ou seja, em velocidade constante, sem acelerar ou reduzir a marcha, deixe cair uma pedra no acostamento, sem atirá-la. Descontando-se a resistência do ar, o observador em movimento vê a pedra cair em linha reta. Mas um pedestre parado, que é alguém ‘em repouso’, que testemunhe a sua ação (sua ‘travessura’, diz Einstein) do chão, vê a pedra descrever uma curva parabólica. Qual dos caminhos observados – a linha reta ou a parábola – é, ‘em realidade’, verdade? Pergunta Einstein. A resposta: ambos. A ‘realidade’ aqui

depende da situação da referência – do sistema de coordenadas em termos geométricos – à qual está preso o observador: o trem ou o acostamento.

Assim, paradoxalmente, a Física oferece aos nossos olhos um exemplo da relatividade do verdadeiro. Por essa razão, é preciso rejeitar verdades isoladas, cujas proposições se pretendem absolutas. Uma proposição não é verdadeira nem falsa senão em função de certo sistema de axiomas. Hegel pretendia uma verdade absoluta, por ele denominada *verdade filosófica*. Pessoalmente acredito que exista uma verdade absoluta, embora a não a conheçamos. Acho mais sedutora a argumentação de Peter L. Berger (p.11) por causa da intimidade entre verdade e realidade, que para muitos são sinônimos: “Para nossa finalidade será suficiente definir ‘realidade’ como uma qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos ter um ser independente de nossa própria volição (não podemos ‘desejar que não existam’)”. No entanto, como planejador interessado no desenvolvimento, trata-se de saber que sentidos atribuir à modificação dessa realidade. A ciência pode trocar de conceitos sem cessar, mas sou de opinião que não se deveria nunca deixar de procurar a verdade, embora essa busca seja sempre uma aproximação. Se a verdade não for absoluta não é verdadeira; será no máximo uma opinião momentânea e relativa. A *procura* da verdade é tarefa da ciência, das pessoas, dos filósofos e, sobretudo, das religiões monoteístas.

A mentira sempre foi utilizada nas relações humanas quando o conteúdo a ser comunicado não pode ser verbalizado em primeiro grau. Qualquer psicanalista sabe que, sempre ou de vez em quando, mentimos para nós mesmos e para os outros, que muitas vezes, não suportariam a verdade. Assim, a falsificação pode ser uma verdade indizível de outro modo. Pode-se então concluir que nem sempre a mentira seja a negação da verdade, mas a expressão de numerosas realidades que lhe são intrínsecas.

Na abordagem da cultura material, as evidências são de que, em muitos de seus domínios, o falso corresponde a um fenômeno próprio de sociedades evoluídas. Ele seria inconcebível entre culturas primitivas, porque seu uso traumatizaria as relações mágicas do grupo com o universo, causando turbulências. Por essa razão, o aparecimento do falso só se concretiza com a exploração do lucro: a mercadoria adulterada nasce no momento em que os bens dessacralizados são transformados em valores comerciais.

O falso se funda em manipulações deliberadas para enganar outrem. Como corolário, dessa idéia, *quando um objeto, evento ou outro produto cultural não dissimula sua produção, não pode ser entendido como falso; é verdadeiro em sua proposição*. Um cenário de teatro não é falso porque não é feito com a intenção de enganar os espectadores. Tampouco a egipcianização de Las Vegas é falsa. Patos e ratos não falam inglês, português, francês ou árabe; no entanto Disney nunca mentiu com as lógicas de Donald e Mickey. Suas narrativas são fábulas como as de Esopo: ainda que muito reduzidas, mas quase sempre não deixam de dar uma lição. Todavia muitas teorias ditas científicas mentem porque são pseudos! Para quem consegue enxergar e não apenas ver, uma flor de plástico também não é falsa, mas uma escultura, gostemos ou não. Em revanche, no *Príncipe e o Mendigo* de Mark Twain ambos os personagens são falsos ao se passarem deliberadamente um pelo outro. Um dos pseudo-lugares históricos célebres foi a “cidade” de fachadas, fabricada por Potemkine. Esse favorito de Catarina a Grande quis iludi-la em sua visita ao “lugar” para justificar as verbas que desviava com sua obsessão de colonizar áreas de seu particular interesse. O leitor pode, a partir daí, refletir se uma “aldeia” construída pelo Club Mediterranné é verdadeira ou não... Não confundir “Faz de Conta” com mentiras! *Em se tratando de turismo, o falso e o pseudo dependem unicamente da forma como são apresentados e só disso*.

Durante muito tempo, inclusive em nossos dias, pretendeu-se que a denominação “urbanismo” fosse aplicada somente para casos planejados, em oposição a um “não-urbanismo”, fruto da espontaneidade. Esse raciocínio, sem dúvida limitado, esquece que toda concentração humana produz um espaço físico que espelha suas relações de força, cultura, clima etc. Tal arranjo espacial tem de receber um nome, isto é, urbanismo, independentemente de ter sido planejado ou não. Já é hora de distinguir *urbanística* (disciplina que organiza o espaço urbano na lógica dos agentes) de *urbanismo*, um produto espacial de mesmo fundo, mas nem sempre racional.

Como não existe padrão único de urbanismo, os estudiosos nomeiam seus predicados de acordo com suas proposições dominantes. Confundir ambas coisa repete o mesmo equívoco cometido com não-lugares e pseudo-lugares: todos eles são legítimos ou não em consonância com sua apresentação e função.

Se esse exagero conceitual fosse generalizado, teríamos também de inventar fórmulas similares como não-bairro, não-cidade, não-região ou não-Geografia. Seria até interessante especular o que possa ser uma não-ciência...

Na Antiguidade e em tempos posteriores surgiu indizível número de cópias de arte, algumas com o princípio explícito de enganar e, outras que não escondiam sua condição de réplicas. Não ocorre a ninguém minimamente informado que as reproduções de pinturas, jóias ou esculturas vendidas nas butiques do Louvre e outros museus do mundo sejam verdadeiras – mas também não são falsas, porque não se apresentam como tal. A exportação de ícones gregos, fabricados em nossos dias, exige certificado de que são cópias a serem controladas pelo serviço aduaneiro, com o fito de impedir a evasão dos legítimos.

O falso é fraudulento e não uma cópia oferecida como tal. No berço do latim, o falso nem sempre tinha significado doloso, em especial quando se tratava de suprir o mercado com cópias do helenismo clássico, tão do agrado dos patrícios romanos. Todavia, sabemos por Plínio o Velho que muitas obras falsas eram vendidas como originais. Por essa razão os romanos distinguiam os verdadeiros entendidos, chamados de *intelligentes*, dos ingênuos pretensiosos denominados *idiotai* (*Encyclopaedia Universalis*: vol. 6, p. 955).

Não-lugar e pseudo-lugar são idéias superficiais que não abrem caminho para as teorias geográficas e, nesse sentido, falseiam generalizações porque exploram supostas categorias de análise. Se todos os não-lugares e pseudo-lugares são iguais como se pretende, bastaria estudar um só deles para se entender o mundo todo no esquema de uma matriz weberiana. O que haveria de comum entre um não-lugar na Síria e outro no Japão se o nada é nada em todas partes? Não possuem diferenças entre si? Alguém acredita que os supostos pseudo-lugares não contenham realidades próprias? Não seria uma contradição? E nesse caso não seriam verdadeiros lugares por possuírem identidades? O que carece de ser adjetivado em suas configurações é uma coisa cuja adjetivação em moda não dá conta. Teríamos de mergulhar nessas moções em suas complexidades profundas.

No entanto, parece muito mais fácil apelidar um lugar de não-lugar ao invés de esmiuçá-lo até chegar ao fundo do poço. As piores falsidades estão nas relações humanas, nos bastidores, nas pseudo-universidades e em pseudo-luzes...

Essas sim que sejam lançadas à fogueira, não os lugares que têm de ser deixados às gerações futuras como quer o desenvolvimento sustentável, ora essa!

Para corrigir a falta de domínio teórico, douram a pílula dizendo que não-lugares e pseudo-lugares são metáforas. Metáforas são figuras narrativas de fácil identificação com o objeto que representam. Já as caricaturas de um suposto coletivo sem cara (isto é, sem realidade geográfica) estão longe de constituir teorias. Por outro lado, e se todos aceitam como inevitável a existência de não-lugares fantasmagóricos, pergunta-se: qual a objeção se a sociabilidade de alta temperatura pode se realizar a contento num lugar qualquer? É preciso não confundir o ser individual com o ser social, esse sim, o único do qual se espera (ou se cobra) atitudes frente aos outros seres sociais.

Termino este item com Raymond Devos, comediante francês nascido em 1922, que, a propósito, explorou o absurdo através de jogos palavras, frequentemente utilizados em monólogos. O poema que segue é um exemplo sobre a relatividade da verdade.

### **O CERTO E O ERRADO**

Raymond Devos

Nunca se sabe quem tem razão ou quem está errado.  
É difícil julgar.  
Durante muito tempo, dei razão a todo mundo.  
Até o dia em que percebi  
que a maior parte das pessoas a quem eu dava razão estavam erradas!  
Portanto, eu estava errado!  
Errado de dar razão a pessoas  
que estavam erradas de crer que tinham razão.  
Quer dizer então que eu que não estava errado,  
não tinha nenhuma razão de não considerar errado  
pessoas que pretendiam ter razão, quando na verdade estavam erradas!  
Estou com a razão, não? Pois elas estavam erradas!  
E sem razão, ainda! Insisto nisso, porque...  
me acontece também de eu estar errado.  
Mas quando estou errado, tenho minhas razões que não exponho.  
Seria reconhecer meus erros!!!  
Tenho razão, não? Reparem...  
me acontece também de dar razão a pessoas que têm razão.  
Mas, nesse caso também, é um erro.  
É como se eu atribuísse erro a pessoas que não têm razão.  
Não há razão!  
Em suma, creio que sempre erramos ao tentar ter razão  
frente a pessoas que têm todas boas razões  
de crer que não estão erradas!

#### 4. A PROCURA DO AUTÊNTICO TURÍSTICO E SEUS LIMITES

Por certo, a autenticidade varia em função do turismo que se pratica: desportivo, cultural, ecológico, de compras etc. Cada campo possui sua medida de coerência porque o objeto é diferente, mas aqui se trata essencialmente de *lugares e do social*. Grosso modo, o mais comum consiste da procura de novas identidades quaisquer. Tomando o universo mais abrangente, representado pelos fatores de civilização de um povo, o interesse gravita em torno de suas tradições e costumes do dia-a-dia; em seu patrimônio; nos produtos de sua cultura material e imaterial.

Quais lugares do mundo atual conseguiram se manter isentos de ondas globalizantes? Até quando? Vocês sabiam que a Catedral Gótica de Salamanca possui elevadores? Não estaríamos entrando numa era cujo paradigma de autenticidade só poderia acontecer em microcosmos, em esparsos enclaves? Eis que a singularidade se apresenta como um novo produto destinado a públicos mais exigentes. *Em contraposição, em países em que os Big Brothers têm alcançado índices máximos de audiência, estranho seria esperar que seu grande público estivesse atrás de originalidade*. Para os massificados, a festa, em qualquer lugar, parece satisfazer seus desejos, de preferência onde se celebra o inautêntico do hiper-realismo com pompa e circunstância.

Por outra mão, como tem sido difícil encontrar lugarejos não contagiados por novos valores, sou da opinião que, paradoxalmente, *o melhor lugar para se encontrar o autêntico seja justamente na grande cidade cosmopolita, capaz de abrigar, ao mesmo tempo, vários modos de ser*. A originalidade se esconde na motivação psíquica do turista: o canto gregoriano de um mosteiro, um jeito canhestro de construir casas, o que seja fora do lugar comum, isto é, para o gosto dos intelectualmente inquietos. O problema é que caímos no chão quando David Harvey (p. 303) nos lembra que “A ironia é que a tradição se preserva quando comercializada e mercantilizada. A procura de raízes termina produzindo uma imagem, um simulacro, um pastiche!”. Aha!

Como o volume de trocas planetárias vem aumentando com cada avião, navio ou televisão ligada, resulta que expressões dotadas de muita visibilidade tendem a se manifestar com traços parecidos, provocando a sensação do *déjà vu*. Conquanto a adoção universal de certas práticas seja um fato concreto, isso não quer absolutamente

dizer que a cultura de todo um grupo social tenha se reduzido aos sinais exteriores. Mac Donalds, *blue jeans* e *ipods* existem por todas as partes, mas seria leviano supor que tais objetos nivelem igualzinho outras faces do cotidiano da China, Dinamarca ou Burkina Fasso. Se o turista desejar, e for capaz de mergulhar na profundidade de um lugar, haverá de encontrar variados graus de autenticidade – mas só se conseguir penetrar! *É preciso também saber se todo gosto profundo é saboroso: é aí que se pode perguntar com que cara fica o turista!* Existem Sheratons e Soffitels com o mesmo padrão em todos os quadrantes, mas os quadrantes não se reduzem a Sheratons e Soffitels. Vejam bem: a Medicina Forense (vide Brenda Love) já catalogou mais de cem casos diferentes de perversão sexual. Isso é um sinal de que nem todo mundo se diverte do mesmo modo, há quem prefira um musical da Broadway e outros que se deleitam no sub-mundo. Já não dizia Maquiavel: *E sara colpa mia, si cosi è?*

Assim como a conveniência da aparência clássica fez o templo grego se reproduzir por todas as partes, padrões modernos e típicos de hotéis, restaurantes, bares, butikues, centros culturais (só aí já percorremos dois terços da vida turística) se re-apresentam por esse mundo afora, mas com o traço aparente de serem membros da mesma família. Não é tão fácil como o turista exigente pretende, que exista criatividade sem limites, nem se pode ficar repetindo eternamente a cultura congelada do passado.

Carlo Gozzi (circa 1720-1806), que já citei em outras obras, realizou uma desarmante pesquisa sobre o universo dos textos teatrais existentes até seu tempo, num esforço de sistematizar a estrutura de todos os argumentos. Após várias comparações, concluiu que só existiriam 36 esquemas dramáticos possíveis, a partir dos quais se desdobram “infinitos” enredos ao longo de todos os tempos, derivados das mesmas matrizes. Para Goethe esse número seria menor ainda. Por exemplo, o dito popular “Nem tudo o que reluz é ouro” permite criar indizível número de enredos a partir da mesma idéia. Vai daí que com esse esquema imensos campos se reproduzem sem nada criar. Pode-se perguntar: e quanto aos estilos artísticos, arquitetônicos? Quantas originalidades absolutas seriam possíveis sem redundâncias esquemáticas? No Livro dos Eclesiastes já se dizia bem antes de Cristo: *Não há nada de novo sob o sol*. Existiriam limites à criatividade ou sobriariam apenas re-leituras da mesma coisa na ótica dos diferentes tempos culturais?

Alguns fatores de primeiro grau convergem para destacar o lugar turístico: a qualidade das identidades arquitetônica, urbanística, cultural, natural. *A priori*, as duas primeiras seriam menos difíceis de ser trabalhadas porque é atribuição legítima do poder administrativo definir padrões normas razoáveis de obrigatoriedade. Padrões que, certamente, em tempos futuros, deverão ser convenientemente repensados em função da tecnologia e dos novos valores – mas de modo tal que, na medida do possível, cada tempo retenha os valores anteriores reconhecidos pelo interesse seletivo da memória social. Para mim, *o verdadeiro moderno é a melhor forma de como o passado chegou até nós*. Em todos os casos, os aspectos físicos da construção, ainda que fortemente imbuídos de valores culturais, são grandemente adaptáveis para comportar relações futuras. O Kremlin conheceu czares, comunistas, neoliberais - e hoje muitos da antiga Nomeklatura pretendem voltar para suas cadeiras.

Em *A Alma do Lugar* defendi que a melhor identidade espacial possível num país que desfigurou quase totalmente seu meio urbano, *a fisiografia seria a grande referência para as novas construções, por não possuir marcas da globalização quando estado de conservação*. Ninguém confunde o cerrado com as geleiras do Ártico. Talvez uma associação entre meio ambiente (noção em franca ascensão nos dias de hoje) com o melhor que conseguirmos reter do atual estágio cultural seja um bom caminho para reconstruir *identidades regionais* – e não uma para cada um dos milhares de municípios, como se isso fosse possível. Não se trata unicamente de separar o meio natural do urbano, numa dicotomia primária, mas de saber incorporar o urbano à natureza com suavidade tal que não a ofusque: essa dama deveria permanecer identificável nas cidades em respeito à morfologia original. Um meandro ou uma colina continuam meandro e colina mesmo no seio urbano. Um bom decote sugere a mesma idéia.

Já ironizei diversas vezes a mesmice do “aparato turístico” consistente de portais de entrada municipal, pedalinhos e outros trololós próprios de parque de diversões. Os mais ricos constroem centros ditos pós-modernos onde cabem cinemas, teatros, restaurantes, bares, exposições, arquitetura feita para impressionar etc. Nem assim deixam de ser lugares; e também, basta escapar alguns metros além de seus limites para encontrar o cotidiano do morador. Acontece que em vários países o cotidiano é de uma tristeza lancinante, tediosa, não só pelo que acontece no lugar vivido, mas também pelo que os fantasmas toldeiam a cidadania.

A cultura material histórica foi, comumente, tão mal resolvida que para inúmeros municípios não resta alternativa de curto prazo senão repetir centros de lazer e turismo, onde a razão mercantil é rainha.

E em matéria de lugares turísticos, o que pretendem os autores que se servem de adjetivações de *pseudo* ou *não-lugares*? Esse questionamento me faz pensar em diáconos que praticam exorcismo sem saber se diabo é frontal ou anda escondido. Seria mais sensato aspergir água benta nos arrabaldes malditos, infestados de doenças, sujidades, crimes e drogas, tiroteios, esses sim a serem banidos da face da terra: isso é o mal em estado puro, praticamente sem qualquer mistura com o bem. O que há de falso: O urbanismo? A arquitetura? O paisagismo? As fachadas por si sós? A índole das pessoas e da sociedade inteira? A vida em comum? O que há de errado nos pseudo-lugares? Estão ficando todos com a mesma cara? *Eis a questão que Shakespeare não escreveu: a ganância econômica, multiplicada pela mentira, fez da sociedade uma coisa privada de razão.*

Centenas de milhares de favelas por esse mundo são construções falsas, porque contradizem a concepção de uma verdadeira cidade aberta, democrática e compromissada com o futuro: *nenhuma teoria urbanística do mundo jamais propôs semelhante rebaixamento, por mais equivocados que fossem seus ideais.* O que se quer exorcizar é o sistema econômico, mas contraditoriamente, regimes perversos ou não, contiveram o verdadeiro e o falso, simultaneamente. Já não sabemos que os corruptos Borgia patrocinaram o melhor do Renascimento italiano? Em nome de qual moral podemos exigir autenticidade dos outros se não a cultivamos para nós mesmos e nós com os outros? Já não é hora, isso sim, de procurarmos mais autenticidade na construção solidária do mundo?

Quando não se consegue captar e enquadrar a complexidade de um lugar, inventam-se conceitos nem sempre suficientes para cobrir uma nova realidade: não podem ser generalizados, nem conseguem profundidade. Se não-lugares e pseudo-lugares existem, onde estão seus mapas e compêndios geográficos e sociológicos? Ora, ora, se o que querem varrer do mapa é a perversidade, a receita é bem outra: temos de sujar as mãos e quebrar a cara, ao invés de ficar assoprando adjetivos vazios, que não derrubam nem uma pluma. Para ser claro, como dizia o velho Drummond, *Revolução se faz na raça!*

Os críticos de turismo demonstram insatisfação devido à substituição do *ser* pelo espetáculo e outras artificialidades. Alguém que tenha refletido sobre o que seja a vida não pode, em sã consciência, evitar reflexões desse tipo. O próprio Oscar Niemeyer repetiu várias vezes que *arquitetura não é importante; a vida sim é importante*. Concordo apenas até certo ponto porque estimo que a arquitetura, como todo espaço construído, pode ser uma forma promover e facilitar a vida. A arte que se pode produzir com esse elemento foi e sempre será uma virtude. Paracelso já dizia que tudo contém veneno, dependendo da dose e é aí que a sabedoria mostra até onde vai. Esses mesmos críticos, apesar de serem oriundos de lugares onde arquitetura e urbanismo tiveram notável expressão, parecem ignorar o próprio passado. As fachadas atuais que tanto condenam foram levadas às últimas conseqüências com esplendores jamais repetidos na história recente.

O espetáculo é muito mais antigo do que se pensa. No mundo ocidental, aí estão o Império Romano, a Grécia, a arquitetura românica, gótica, renascentista, barroca, neoclássica, art déco, art Nouveau e tantos outros estilos, alguns de cortar o fôlego. A arquitetura foi de longa data concebida para ser usada e admirada a ponto de modificar o urbanismo (que hoje é abusivamente alterado em função do lazer). Um *largo* não é uma praça: *foi inventado* para que, em antigas e estreitas ruas houvesse distanciamento suficiente *para se apreciar o espetáculo de uma catedral ou de um edifício público*: por isso a rua se *alargava* e criava *largos*. No Oriente, a arte islâmica, milenar, chega a ser nababesca, assim como a Cidade Proibida de Beijim, de construção iniciada em 1407. E o que dizer de São Petersburgo? Não serão as sinfonias versões sonoras de esplendores equiparáveis ao que se critica na visibilidade das construções materiais? Não são, aliás, as grandes árias compostas para serem eternos espetáculos? E no campo da literatura, não seríamos mais pobres sem fascinantes obras como de um certo Eça de Queiroz, cuja semântica, por si só basta para nos encantar? Suas palavras, tão perfeitas como as de Guimarães Rosa foram pensadas inclusive para deleite, não venham me dizer que não! Se não for assim, por que o funcionário público Carlos Drummond de Andrade não uso a linguagem burocratez que bem conhecia? Mas expressões como “Meu chapa armou barraco” “Brother”... pertence à vulgaridade de nosso cotidiano, amesquinhado ou não, no qual é preciso fazer uma seleção nesses tempos sedentos de valores mais elevados.

Mais eficaz do que mexer diretamente no *establishment* poderá ser a modificação de mentalidades porque, essas sim, é que dão a carta final. É relativamente simples destruir o que deve ser destruído: basta boicotar o produto! A construção do ser como entidade superior ao consumo é o que mais este mundo precisa, mas não cabe só aos cientistas ensinar essa lição, sempre melhor contada pelos sábios. Intelectual não é necessariamente o sábio que paira acima das veleidades.

O ser, o verdadeiro ser, é supostamente atributo exclusivo da divindade para os que crêem em valores metafísicos. É o que pregam as grandes religiões monoteístas, porque as politeístas, cheias de duendes, elementais e gurus contradizem o É absoluto com seus múltiplos deuses, cada um para hora e circunstâncias diferente. “Deus é” expressa uma condição que não muda, não teve antes nem depois, senão seria uma coisa relativa, mutante, não confiável.

Apenas os dogmas não se modificam porque caso se secularizem deixam de pertencer a essa condição. O resto são nuvens que se esgarçam com os ventos e desaparecem aí pelos quadrantes geográficos.

Autenticidade não é sinônimo de originalidade. Podemos sem dúvida elencar milhares de cidades sul-americanas ou africanas, autênticas em suas maneiras de ser, comovedoras, mas sem graça, porque a miséria não tem graça. Aí podemos perguntar se algum turista chega a se interessar por elas. Queiramos ou não, fotogenia e beleza são couraças capazes de potencializar predicados menos visíveis de um lugar, enquanto que o desleixo é o que sempre acaba no ralo. Sucede, entretanto, que fotogenia e beleza, que não são sinônimos, resultam quase sempre de um longo processo construtivo da cultura material. Isso não quer dizer que somos incapazes de construir predicados modernos, mas que só o tempo imprime personalidade ao conteúdo. Uma aldeia indígena ou uma vila de pescadores, como tantas existiram, podem conter traços belíssimos, mas nem todas as comunidades souberam conduzir tradição com modernidade. O autêntico descortinado nos países de poucos recursos ou de cultura desavisada é de uma tristeza doentia e o turismo não quer ver isso. No entanto, a ver como a massa se refestela com pão e circo, o refinamento acaba sendo próprio dos segmentos elitizados. É paradoxal como em muitos casos a globalização nivelou a exigência por cima (sobretudo em produtos de consumo), mas rebaixou a qualidade ambiental urbana.

As evidências são de que o verdadeiro só pode ser encontrado na vida comunitária quando não ocorrem metamorfoses destinadas à visibilidade de turistas. No antigamente a *nonchalance* era dominante, mas o turismo sequer existia. Apareceram Marco Pólos e Ibn Batutas, viajantes, simplesmente, como Darwin, Humboldt, Lundt e incontáveis outros. *Viajante e turista não são da mesma substância*. Era possível se chegar a lugar de surpresa e conviver em meios que continuavam sem adulterar seus cotidianos em função da visita. Mas ora, nesses tempos não existiam pesquisas de opinião para se conhecer o grau de satisfação do visitante, que tinha de enfrentar o que havia para ser visto e vivido. Pode-se então imaginar quantos atropelos e queixas não se produziam, a exemplo do relatado por centenas de viajantes do Brasil Colonial. A literatura de aventuras sempre registra ou inventa situações agradáveis, mas é mais rica em adversidades. Este é o momento de perguntar: quem hoje se sujeitaria a conviver em realidades incertas? Quem tem cabeça e tempo para isso? Por isso o turismo já não pode ser artesanal, ainda mais hoje que ele é de “massa”: seria uma contradição e uma falta com a maioria. Ele tem de ser, obrigatoriamente, uma organização com tudo o que isso implica: no acesso, na hospedagem, na comida, nos espetáculos etc. Essa necessidade, como é óbvio, altera as rotinas da vida banal, os valores e, não raro, cria produtos que, para simplificar, direi que se transformam em outras coisas. É preciso acabar com a generalização de ver a aldeia como eterna vítima e o turista com cara de monstro sorridente: ambos ganham e perdem. Os estudos sobre impacto mostram deteriorações a serem corrigidas, mas indicam também que muitas comunidades ganham, e que algumas vivem quase que só do turismo. Entretanto, não quer dizer que onde não há turismo inexistam a preocupação de ser visto. E as pessoas que se ostentavam e se ostentam mutuamente? E a maquiagem, máscaras, adereços, roupagens, jóias, móveis que sempre existiram? E a casa de um melhor que a do outro? Eram por acaso isentas de “produções”? Já não terão os leitores ouvido falar em auto-representação e representação cósmica existente em todas as culturas em todos os tempos?

Onde encontrar autenticidade? Será que ainda existe? Mediante quais indicadores? Creio que a única soleira da autenticidade se represente por uma curva catenária - aquela corrente de ferro que pende entre dois pontos verticais de apoio e veda recintos para turistas e gentios indesejáveis. Além de certa faixa, transeuntes são barrados em mesquitas e algumas igrejas cristãs.

Além da catenária apenas os da mesma fé política, cultural ou religiosa. Mas o genuíno também existe em ruas banais sem catenárias, nem sempre expressivas; nas pessoas despreocupadas com a vestimenta; nas cantorias desafinadas; na cara suja; na visualização de episódios sem o menor compromisso com vendas para fora e que fecham as portas quando bem entendem, sem dar satisfação. *Mais uma vez, pode-se perguntar se lugares assim podem interessar ao turismo, ou mais sério ainda, se é assim que as comunidades querem viver.* Se porventura nesse meio se descobre um apelo turístico, a relação que se estabelece entre visitante e visitado tende a modificar a condição original. No entanto, essa concessão feita pelos visitados é muito útil para a coesão do grupo, enquanto a fantasia é importante para o observador e o próprio fantasiado. Seria de um romantismo alencariano pretender que apenas recônditos lugares para os lados de Conceição dos Gatos pertençam ao clube dos originais. Alguns ousam até dizer que habitantes desses lugares míticos sejam pessoas sempre felizes; perde-se de vista que o ódio aldeão é muitas vezes pior por causa da convivência epidérmica. Enquanto que na cidade grande podemos odiar uma pessoa sem jamais tê-la visto pessoalmente, na aldeia respiramos o mesmo ar em circuito fechado. Antes, bem antes do turismo, os ambulantes mascateavam rio acima na mataria. Depois vieram o avião a jato, a internet, os direitos humanos, sabe-se lá quantas coisas que modificaram os valores, sem falar das interações facilitadas e democratizadas de um lado do mundo com outro.

O encontro de turistas com pessoas e coisas tende a modificar o jeito de ser e a visibilidade do hospedeiro, com possíveis padrões de *mis-en scène*. O agente da modificação pode ser a própria comunidade ou um operador de turismo. Em casos radicais, a evocação de um passado do qual nada sobrou também leva a sociedade, governos e operadores a promoverem verdadeiras produções teatrais onde o turista pode até ser ator interativo. *O mundo anda cada vez mais dinâmico e a autenticidade dificilmente permanece imune nessa corrida, cabendo a cada grupo decidir quais transformações convêm.*

A criatividade também possui epistemologia. Há de se considerar que, como coexistem “n” identidades nacionais, que ademais refletem processos evolutivos, *não se pode fixar um padrão perene de autêntico para os lugares*, mesmo porque realidades geográficas contêm valores bem diferenciados.

Entrementes, certos lugares, querendo se vender a qualquer preço acabam criando aberrações como em Itu, Estado de São Paulo, onde tudo é grande: o orelhão de telefone com três metros de altura e o bife gigante que alimenta uma família inteira. Isso não é pseudo-lugar como muitos querem: é pocotó. *A cultura de pocotó, em curso galopante, revela que a mediocrização do Brasil seja um fenômeno sem precedentes na história da humanidade.* A persistir tal onda, melhor viver com literatura de ficção, e falta para isso não há! Na ausência de identidades minimamente consolidadas, um lugar turístico ficará com a mesma cara que outros; decididamente ganharão os que lograrem melhor qualidade, preço e segurança no que oferecem.

A hiper-realidade pretende ser tão real quanto uma foto, mas sem preocupação interpretativa – donde uma ausência quase total do senso de História. Segundo alguns autores, turistas de sociedades industrializadas procuram o hiper-realismo em razão de muitas vezes considerarem suas vidas inautênticas; seus valores perdidos no tempo. Por isso J.B. Urbain acha importante levar em consideração o psiquismo do turista e não apenas as estratégias dos falsificadores. O bom turista seria capaz de decodificar a encenação, separando o verdadeiro do falso de uma cultura, isto é, fugindo dos clichês. Em contrapartida, o mau turista confundiria mentira com verdade e por isso seria aberto a pseudo-autenticidades.

Max Weber foi pioneiro (1913) a explorar o tema do desencantamento do mundo devido à perda de magia resultante dos progressos da ciência. Em tempos recentes, intelectuais do mundo todo têm procurado recuperar essa magia, numa demonstração sintomática de que anda difícil viver sem ela. G. Gillot e F. Bruyas (p.3), a partir de Michel Maffesoli (*Aux creux des apparences*) trabalham com algumas hipóteses oportunas de serem apresentadas. Para eles, o reencantamento se apoiaria em três vertentes: *a procura de sentido; a procura da felicidade e a vontade de encontrar lugares paradisíacos, fora do tempo e do espaço.* O sentido seria dado pelo encontro de um modelo que reorganizasse a vida com magia. Argumentam que os turistas não são idiotas submissos aos agentes comerciais que inventam produções: *eles desejam crer que tudo o que vivem seja orientado por valores estéticos e humanos e não uma troca econômica, porque têm necessidade de imaginar suas vidas; de fabricar suas próprias imagens. Isso conferiria um sentido.*

Pessoalmente, embora essa hipótese possa ser auto-justificativa para muitos turistas, opto por uma complementação de sentido: a ordem universal da Ecologia, cujos crentes, não por acaso, celebram a vida chamando de *santuários* os sustentáculos de nossa sobrevivência.

Na procura da felicidade (resumida em ausência de infelicidade) os autores declinam-na em dois tempos: *os instantes de felicidade e a felicidade de longo prazo que não possuem as mesmas implicações*: dependem do modelo que abraçamos. *Na sociedade capitalista, a felicidade seria o consumo para todos. Mas nessa procura, o homem sabe que a felicidade é frágil, que resulta de uma construção, e que os momentos de felicidade são mais acessíveis que “A” felicidade. A busca da felicidade e do paraíso terrestre derivam da procura de sentido* (p.4). Em minha opinião, essa interpretação pode realmente encontrar no turismo alguns possíveis momentos de prazer. Quanto à terceira hipótese, o desejo de encontrar lugares paradisíacos fora do tempo e do espaço, gostaria de acrescentar outros comentários.

Como para esses autores o paraíso corresponde *a lugares pacíficos, sorridentes, limpos, autênticos, com valores reais que permitem esquecer o resto - idiotices, cheiros ruins, barulhos intempestivos, sujeira e feiúra*, tal domínio só poderia pertencer ao sonho e à magia, que nessa terra só pode ser artificial. Daí o fascínio por hotéis de luxo, decorações, pompas etc. associados à idéia de mini paraísos: *Isto deve ser colocado, não para se opor ao real e ao artificial ou original ou fabricado, nem para refazer a crítica da inautenticidade do mundo sob o regime capitalista, mas para melhor discernir como aqueles que consomem ou praticam em territórios encantados participam da “co-construção” do autêntico*. Para os religiosos a noção de paraíso encontra-se obrigatoriamente fora do tempo e do espaço e, para qualquer crente, isso é inseparável da crença em Deus. Por isso é inútil perguntar o que Deus ficava fazendo antes de criar o mundo porque sua existência está fora do tempo. Mas como vivemos no tempo e no espaço, sem desprezar a interpretação desses autores, prefiro trabalhar para que essa mesma terra, seu cotidiano e os homens que nela vivem se contentem, pelo menos, com uma ante-sala do paraíso. Isso está em nossas mãos e embora pareça magia não é. Minha profissão é trabalhar campos, cidades (e, sobretudo mentalidades) por esse ideal.

## 5. DERRADEIRAS CIRANDAS DO “TÍPICO”

Vale conferir os vários volumes da coleção *Viagem ao Brasil Pitoresco*, publicados pela Editora Melhoramentos em meados do século XX. Nela, vários desenhistas ilustraram pessoas e lugares típicos; dentre eles, o sugestivo peruano Percy Lau. As cidades ainda eram, grandemente, horizontes domináveis pela vista, com destaques cobiçados por turistas, desde a arquitetura de origem européia do sul do Brasil até o Elevador Lacerda de Salvador, Bahia. Ingenuidade das ingenuidades: quem diria, um elevadorzinho cotado como atração turística! Quem quer visitar elevadores hoje em dia? Os tipos humanos, jangadeiros, pantaneiros, caipiras, caiçaras, índios... à que essa gente ficou reduzida? Que haveremos de fazer? Eternizar estampas do que um dia existiu? No entanto, parece-me certo que o lugar aberto sem limites ao turismo vai exaurindo toda sua força mística. Quem conhece e quem conheceu: Paris seduz com seu extraordinário poder de embelezar-se cada vez mais, no entanto seu charme anda diminuindo. Sua Idade do Ouro aconteceu na década 1950, na reconstrução pós-guerra.

Desde que surgiu a *Era dos Direitos*, assim denominada por Norberto Bobbio, o principal problema que se colocou foi o da exequibilidade das reivindicações. O fato de a genuidade ser inseparável da identificação apresenta uma zona de conflito na fronteira entre uma identidade e outra. Fundamentados no Relativismo Cultural, muitos autores e grupos sociais estimulam a construção ou reconstrução de identidades. Trata-se de uma constante sociológica, inclusive para o turismo, mas que tende a gerar atritos em suas fronteiras se não for muito bem equacionada. Identidades servem para legitimar poderes e privilégios. Paradoxalmente, o propagado multiculturalismo parece ter chegado ao ápice da crise, sem encontrar solução para o problema maior que é o da convivência entre diferentes segmentos sociais. Fato universal, assiste-se hoje em escala mundial, crescentes lutas de minorias étnicas e religiosas que não logram se integrar ou formar um corpo social aceitável. Um breve artigo de Jonathan Sacks (p. J 6) causa perplexidade, ao opinar que *a nova tolerância é muito menos tolerante que a velha intolerância*. Essa evidência foi denunciada na Grã Bretanha, onde a liberdade de expressão multicultural corre o risco de se perder porque instituições apolíticas passaram à agressividade. Na sua interpretação:

Mas outra coisa acontecia ao mesmo tempo, com importantes conseqüências: a lenta extinção da própria moralidade, concebida como o laço moral que une os indivíduos no projeto comum da sociedade (...). Coletivamente, essas mudanças representaram um abandono decisivo da idéia de que a sociedade tinha ou merecia ter um código moral como base, cobrindo muitas áreas da vida que, de outro modo poderiam ser consideradas privadas. A sociedade deixou de ser concebida nos termos de um consenso moral. A lei só iria intervir para impedir os indivíduos de se prejudicarem uns aos outros (...). O que acontece quando perdemos o consenso moral? A moralidade é reduzida ao gosto. “Bom” e “ruim” tornam-se reações pessoais: “eu gosto disso, não gosto daquilo” (...). Cada um, simplesmente, declara seu gosto.

Como cada grupo afirma seu interesse exclusivista, a civilização ocidental acaba não sendo um valor partilhado, mas expressão de elites dominantes. O que prevalece não é a razão e sim o poder. Em suma, para Sacks, a política da identidade vigente *é uma causa profunda e inexorável de divisão*. Aliás, essa crise de identidade já foi registrada desde a década de 1970 por Claude Levi-Strauss. Ele ponderava que com o desmoronamento dos hábitos seculares, gêneros de vida e solidariedades, era de se esperar que tais conflitos aflorassem. Por isso Manuel Castells sugere que para se entender o panorama político de hoje, não é tanto sobre a economia que devemos nos inclinar, e sim nas identidades religiosas, nacionais, regionais e étnicas de cada sociedade. Em minha opinião Sacks está mais preocupado com turbulências na Europa, quando a intolerância se verifica de todos os lados. Por isso sou mais pela passagem de pente fino, inclusive na história de cada caso, para identificar os sujeitos e suas razões, e assim chegar a um possível acordo. O mundo depende disso.

Conquanto esses fatos nos inquietem, a consciência planejadora (e política) pode e deve se permitir de quantos objetivos simultâneos forem necessários. Resulta, todavia, que as construções, materiais ou não, estão se realizando aleatoriamente, quando isso poderia ser fator de novo diálogo - que não vai sem inserção social. A menos que aprendamos a ser criativos, as construções materiais (e de costumes) tendem mesmo a configurar cópias como amiúde acontece. Ou nos sujeitamos a viver nessas condições, acertando pontos de contenda, ou fazemos um esforço coletivo de respeitar identidades individuais, *mas que por sua vez, sejam instadas a respeitar, obrigatoriamente, uma plataforma social comum a ser cultuada porque só subsiste e reforça todos se permanecer acima das individualidades*.

Países do Novo Mundo possuem várias identidades derivadas formações européias, indígenas e africanas. Não são os valores intrínsecos de cada uma delas que deflagram o mais evidente quadro de contendas e sim a pobreza – tecnicamente mais fácil de ser resolvida (...) que algumas questões culturais do fundamentalismo. *Mas nós, brasileiros, sofremos de outra forte agravante além da miséria: nosso solene desrespeito pelo interesse comum, por parte de todos os segmentos sociais, seja entre iguais, seja entre iguais e diferentes.* Assim, o debate e o entendimento do que seja a esfera pública e seu espaço se tornam objetivos centrais, cuja não solução nos impede de ser federação ou outro arranjo digno de *status* político correto.

O que sobrou do típico? Não existirão outros interesses para o turismo além dele? Será que os lugares agüentariam as demandas massificadas sem se alterar? Arquitetura muda, urbanismo fica mais tempo. Decoração é efêmera, dura uma ou duas temporadas. Se for crítica ao vazio coletivo não cabe ao cientista responder. É tarefa de formação pessoal que o sábio pode dar uma mão, as religiões com certeza, porque só elas servem eternidade de sobremesa. Pessoalmente, penso que o lugar de se buscar o autêntico, não seja tanto no campo do turismo, hoje muito reduzido à diversão, como no sentido mais profundo da vida, das relações cotidianas, da filosofia, da simplicidade nua e crua e até desajeitada, com preocupações de cativar a si mesmo. A procura do autêntico no campo dos atrativos turísticos deveria ser precedida, isso sim, pela autenticidade pessoal do próprio turista enquanto cidadão.

*Quem ainda não perdeu a máscara não tem moral para cobrar que outros a tirem – como exigir isso se não o somos em nossa própria vida?* Olhem para vossos arredores e digam, francamente, quantos fogem da naturalidade na intimidade? Ser objeto turístico altera o caráter espontâneo, pois se trata de se visto. *Até a Física está reconhecendo que o observador altera o objeto que vê* (e que nessa lógica uma pessoa poderia até dominar sua doença). Para os grupos receptores, aperfeiçoar seus modos de vida no primordial interesse cotidiano pode, eventualmente, interessar ao turista. As “grandes produções”, praticadas por países ricos terão de ser compensadas com versões brasileiras mais singelas, mas não menos interessantes: a criatividade e só ela poderá responder pelo brilho da iniciativa. Aliás, povos altamente desenvolvidos costumam ter predileção à visitação de condições primitivas onde reencontrariam suas origens...

Vide o que a França vem produzindo em nome na “cuisine du terroir”, dos objetos do “terroir” e assim por diante, nessa onda derivada do espírito da confederação italiana do Pro Locco. Ser autêntico depende do contexto social, mas essa autenticidade não pode ser pensada somente em função do outro.

## 6. EXERCÍCIO INTELLECTUAL

Tomemos como exercício um tipo de projeto usualmente condenado por críticos: um “portozinho de pescadores” onde nunca existiram pescadores, onde a cenografia é puro mimo hollywoodiano. Em seu recinto há píer e embarcações de recreio; ruas com carros e pedestres; restaurantes; bares; boutiques diversas; tabacaria, quiosques e outros estabelecimentos, onde se encontram auxiliares de navegação; garçons e comidas; barmen e bebidas; balconistas; cajuzinho etc.. Enfim, pessoas, veículos e produtos vendáveis, *similares aos dos lugares convencionais*, salvo o fato de aí estarem concebidos numa decoração estilizada e com um padrão de relações recíprocas diferente do convencional, *ainda que ambas as modalidades tenham sido destinadas ao consumo*. O que seria condenável numa e outra forma de arranjo?

## 7. ENCENAÇÕES

A genuidade possui uma relação intrínseca com a construção de identidades, das quais é uma característica. Com efeito, a identificação assume várias formas físicas e intangíveis. Em princípio, ser genuíno significa não alterar a identidade aleatoriamente. Mas com o turismo podem ocorrer duas atitudes, sendo a primeira mais difícil, isto é aquela onde a identidade não é absolutamente adulterada. Numa segunda possibilidade, ela continua a mesma, mas o grupo social promove alguma encenação para ser visto e agradar mais – que o turista pode ou não perceber como verdadeira, do mesmo modo em que o grupo receptor pode ou não revelar transformações funcionais.

A encenação pode chocar puristas (mas não tanto turistas) e aí pergunto se a crítica não está dando demasiada importância à cenarização, pretendendo fazer prevalecer o estreitamento de relação entre turistas e pescadores. É claro que tal proposta pressupõe que esses últimos existam de fato e que concordem dialogar com

turistas ao longo do longo. Ou que, na inexistência de pescadores, se procurasse outro motivo para o turismo – que pode não ser evidente. Deepak Chhabra et alii são de opinião que em muitos casos a encenação implica em deslocamento da produção cultural de um lugar para outro, mas isso não significa, necessariamente, superficialidade. Quer dizer então que comunidades primitivas não têm direito às mudanças? Se por um lado existe satisfação e desejo turístico de primitivismo (sem energia elétrica, por exemplo), por outra mão cabe tão somente à comunidade local decidir quais atitudes tomar. É ilusão e reacionarismo pretender eternizar o passado. Nessas circunstâncias o grupo social se depara com a necessidade obrigatória e conseqüente de programação da mudança em função do interesse comunitário. Este pode, se bem lhe aprouver, ouvir consultores para coadjuvá-lo nas decisões a serem tomadas. Convenhamos, muitos dos que me lêem consultam psicanalistas ou conselheiros em decisões importantes: só nós podemos apelar para essa ajuda? Quem decide o que é autêntico? Como Hobsbawn, podemos indagar se mesmo as antigas tradições são autênticas. Baseados nesses dados desafiadores, estimo que não cabe ao planejador do turismo decidir o que é autêntico *e sim de avaliar qual faceta da realidade pode ser simultaneamente interessante para turistas e populações nativas.*

Como todas as sociedades evoluem, ficam várias questões: se um grupo de pescadores deseja promover inovações quaisquer, deixa de ser autêntico? E se a esse grupo conviu mais abrir negócios turísticos do que continuar na dura lide em alto mar? Não lhe é lícito inovar em comida e decoração? Quer dizer que se pescadores passam a explorar o turismo se tornam falsos em oposição aos antigos padrões de sobrevivência? Pode um grupo, estranho ou não ao lugar, criar um cenário de pescadores – que dá certo porque os turistas o aceitam e aí se comprazem ao cair da tarde? Hoje, mais do que nunca, todas as sociedades estão se modificando e o turismo também está sujeito a mudanças. Assim sendo, uma nova condição qualquer de determinada sociedade passa a ser autêntica, queiram ou não turistas e teóricos. Se aqueles que reconhecemos como populações tradicionais tiveram autoridade para definir seus modos de vida e festas, por qual razão não a teriam hoje? Censurar pobres diabos em nome de qual moral? No entanto, se o novo produto for alienante é a sociedade mais ampla que merece cuidados e não apenas um fragmento seu.

Esses questionamentos quanto ao valor da autenticidade, supostamente melhor em alguns meios, referem-se ao grau de inovação possível em pescadores ou forâneos. *Uma lojinha turística numa rua convencional não costuma ser criticada, mas um conjunto delas sim.* Ou seja, parece também haver um limite quanto à densidade de estabelecimentos, *especialmente se foi produto de um plano de interesse econômico.* O *ex nihilo* seria permitido na unidade que vai aumentando aos poucos, mas indesejável na implantação simultânea. Como o empreendimento econômico é evento normal desde a revolução urbana há milênios, as questões restantes e adicionais são: até onde sua expansão seria tolerável? Tem de acontecer devagarzinho ou na ótica de um plano, como a modernidade e o planejamento recomendam? Quem se arvora do direito de pré determinar o que populações tradicionais devem ou não fazer? Podem existir limites à inovação, sabendo que em muitos casos, embora não todos, ela é propulsora do desenvolvimento e que esse pode ser alcançado mais em certos cenários do que com redes de pescar remendadas e calças arregaçadas?

Mais incrível ainda, Margaret Hart Robertson destaca o negócio milionário da Escócia que explora fatos inexistentes: o “Monstro” do Lago Ness - cuja água chega a ser vendida em garrafinhas de souvenir. Escoceses deixam ainda no ar a curiosidade turística de saber se é verdade ou não que seus homens usam alguma outra roupa em baixo da saia masculina – a tal de *kilt*.

A mascarada está em todas as partes; auras coroam apenas mentes brilhantes. Anjos não precisam ter asas. Parece que queremos viver uma ilusão do autêntico, a nostalgia de um mundo só existente em nosso fugidio psiquismo, como se certas vivências promovessem catarse. O ódio, a inveja, a preguiça e o lucro estão em todos os meios, convencionais ou não; embora todos possam ser autênticos, o mais geral é que estejam no sorriso por de trás do balcão. Não é aí o lugar do exorcismo.

## **8. AQUI A REALIDADE NÃO ENTRA!**

Na contramão dos que crucificam o mundo fantasioso, grande parte de cidadãos dá sinais declarados de desejar fugir da realidade cotidiana, não raro cruel e estressante. Num artigo publicado no *Daily Telegraph*, a jornalista inglesa Christina Lamb enalteceu a maior reminiscência viva do luxo hoteleiro do Rio de Janeiro com um artigo intitulado

“Copacabana Palace – Onde a realidade não entra”, conforme Ricardo Boechat (p. 181). Aquele hotel sempre foi expressão do mais supremo requinte e exclusivismo; íntimo de reis, políticos, astros e cantores do Jet Set internacional. Sucede que, à semelhança dos ricos, segmentos médios e pobres também dão vazão sublimando seus sonhos, como bem sintetizou o folião carnavalesco Joãozinho Trinta: “Quem gosta de miséria é intelectual, o povo adora luxo” - entenda-se: fantasia, brilho, *glamour*, a como ilustra Fábio Gomes. Infelizmente, embora muitos cite essa máxima, ela ainda não foi estudada com o nível de profundidade que merece. Contradição: os contrários parecem sugerir que o ideal estaria na simplicidade absoluta, sem dúvida muito coerente com a Ordem Trapista. Quem mais é assim?

Mas o que há do lado de fora da porta do hotel? Há esse pensamento que os acadêmicos se recusam ouvir: “De feio e sem graça chega a vida como ela é!”. Eles ainda não conseguiram entender que o turismo é mais um ingrediente do psiquismo profundo, anterior às viagens organizadas; uma necessidade quase compulsiva em nossos dias, que no tempo dos primeiros hominídeos acontecia de outro modo: excursões curiosas para saber o que havia do outro lado da montanha. Entretanto não é preciso viajar para experimentar o mundo do irreal.

Aí estão o cinema e a televisão povoados do fantástico, com os maiores índices de audiência, aplaudidos, inclusive, pelos que procuram a verdade no turismo. Tem também alucinógenos que levam pessoas de primeira classe para o céu, e sem escalas. E o que havia antes? Tinha a velha Alice no País das Maravilhas, tinha fábulas de Esopo - destilados, é claro, mas fantasiosos. Ignora-se uma lição freudiana de primeira linha: *a fantasia tem um papel insubstituível em dois casos: como atenuante de neuroses e faísca para projeção do futuro.*

O ponto aceitável e salutar é dado pela consciência de que se está lidando com fantasia, fato que não só a exime de culpa, como suaviza a existência no mundo que não consegue se resolver de outra forma. Com outras palavras, “A voz do povo é a voz da razão” só é aceita quando o pensamento dos remediados coincide com os da *intelligentsia*. Não se trata tanto de defender uma posição ou outra e sim de mostrar *a impossibilidade de conceder o status de conceito para a realidade.*

Um lembrete chocante para meditação dos que acreditam na procura do genuíno em nossos dias. *Os fundamentalistas, e somente eles, são capazes de se manterem fiéis aos princípios ancestrais: islâmicos, judeus e algumas seitas cristãs.* Pensem bem nisso.

## 9. ANAMORFOSES DA POBREZA

A anamorfose é uma curiosa técnica, inventada para encantar indivíduos desde aquele longínquo século XVI. Consiste da habilidosa prática de produzir um desenho deformado e irreconhecível. No entanto, quando se coloca um cilindro de espelho sobre a ilustração disfarçada, o verdadeiro, o escondido se revela como por encanto na superfície refletida: um rosto, uma paisagem, nossa alma. Grande infortúnio: a ambiência urbana da totalidade dos países pobres e medianos, que queiramos ou não inclui o Brasil, acabou toda entremeada de anamorfozes: uma bela edificação, um pedaço de bairro ou colina cuja virtuosidade só pode ser vista de determinados ângulos em meio à deformidade espacial – porque a anamorfose também pode ser tridimensional. A organização do turismo só tem conseguido sobreviver graças a essa técnica.

O país mais enfeado do planeta nos últimos sessenta anos pede socorro. Observações outrora exclusivas das elites vão sendo tardiamente assimiladas por cidadãos comuns. Um deles, não posso omitir sua opinião, falou-me assim: *No Rio de Janeiro tem muita coisa bonita, mas a gente tem de andar pra burro no meio do feio até encontrar um lugar bonito. É feio que não acaba mais!* O mais curioso é ver que o feio sempre se parece em qualquer lugar do mundo e que muitos intelectuais têm predileção por seu cultivo. Cruz Credo!

Nossa capacidade de degradação ambiental é de tal monta, e isso repetirei até cansar os ouvidos de todos, que fomos *obrigados* a criar subterfúgios deliberadamente anamórficos.

## 10. PENSAMENTO FIXISTA

Se o genuíno tem que ser expressão da verdade, e se a verdade é aquilo que *é*, como então concordar com a contradição dos teóricos devotados ao purismo? Aquilo que *é* em condição absoluta não pode ser aquilo que *era* – e que foi transformado pelo tempo. Várias festas de inspiração Católica Apostólica Romana foram gradativamente perdendo expressão folclórica devido ao surgimento de novas seitas e também porque a vida agrícola às quais se prendiam mudou como jamais antes: globalização da economia, alta mecanização agrícola, libertação feminina, urbanização etc. Vários costumes e expressões da cultura material tiveram de se modificar radicalmente com a tecnologia e a produção industrial. Por outro lado, turistas costumam edificar um ideário daquilo que desejam encontrar e daí advém o choque com a realidade tal qual *é*, com alterações intrínsecas ou feitas para outros verem.

O pensamento fixista, congelado no tempo, deixa entender que a mudança social só é permitida na própria sociedade do observador crítico e vedada aos outros. Será que com a modernização do mundo, indispensável a todas as populações, não restariam apenas encenações de folclore no interesse de coesão econômica grupal? *Na minha opinião o turismo está construindo um novo paradigma, marco de uma nova periodização que responde aos anseios de normas mundiais do ecologicamente correto.*

Efetivamente são os bens naturais que carecem de imutabilidade controlada. Genuidade, por conseqüência, só seria possível naquilo que fica mais próximo da condição do que “*é*”: a natureza em sua pura expressão. O resto é enredo pra samba.

Nessa linha, restam fios de esperança para países que já destruíram o mais substancial de seu patrimônio material. Isto é, os menos desenvolvidos são justamente aqueles que detêm maior quantidade de reservas naturais, além disso situados na tropicalidade, mas eles terão de contar com determinação hercúlea para que a miséria e a corrupção não contaminem suas reservas, que assim deixariam de ser genuínas. Então, para cuidar de reservas é preciso ter cabeça para que essa preservação anda simultaneamente com a das cidades.

## 11. CONTRADIÇÕES CONCEITUAIS COM A OBJETIVIDADE DA GEOGRAFIA

Um pesquisador com falta de assunto (aqui vai uma idéia) pode, sem dúvida, construir uma Geografia de verdadeiros não-lugares de cada cidade, cuja lista é tão imensa que ninguém no mundo sabe quantos são. Romances e contos são proverbiais em descrever situações geográficas e arquitetônicas que podem ser cartografadas e com versões para plantas e mapas. Pense-se em tudo o que “O morro dos ventos uivantes”, “O sítio do pica-pau amarelo” ou “Alice no país das maravilhas” apresentam como referências arquitetônicas e paisagísticas. É igualmente curioso que, desde muito tempo, romances de marca barbante vendidos em bancas de jornal, de autoria mascaradamente estrangeira, sejam inspirados em fotos reais para dar fundo ao enredo. Simplesmente, editoras do fácil fornecem postais de qualquer continente para que autores nacionais disponham de elementos “históricos” onde acontece a ação... A geografia ou a arquitetura de romances célebres pode se prestar a múltiplas leituras interessantes, mas jamais poderá constituir o objeto central de quem analisa uma realidade física e com ela formula uma teoria que modifique a realidade vivida. Geografia dos lugares imaginários não bate com as Milton Santos.

Se o pseudo e o não-lugar existem de fato é preciso que sejam cartografados e sistematizados. *Se o lugar é entendido como o singular, o não-lugar seria o fim da singularidade e talvez o fim da geografia.* Afinal, apesar de existirem múltiplas correntes do fazer geográfico, o grande ingrediente que não pode faltar é o espaço. A Geografia nasceu como a ciência dos lugares, do espaço. Portanto, qualquer recorte geográfico tem de estar contido na Terra. Isso exclui quaisquer geografizações aparentadas como névoas esvoaçantes, mesmo que sejam sobre lugares reais. Ou então, quem sabe, a Física Quântica que lida com essas coisas estranhas que ninguém vê possa explicá-los melhor...

Identidade como vimos, vem do grego, *idiós*, querendo dizer *parecido consigo mesmo*. Sempre foi do legítimo interesse da Geografia agrupar lugares da mesma categoria para uma explicação de caráter regional. Hoje nos voltamos muito às redes. A dificuldade presente deriva do fato que a passagem do não-lugar da Antropologia para a Geografia e outras disciplinas ocorreu com danificação do conceito, tornando-o híbrido,

de difícil serventia. De uma vez por todas: o não-lugar e o pseudo-lugar não são entidades individuadas, mas características que podem existir num preciso lugar. E assim recaímos no lugar. Quem trabalha com espaço trabalha com lugares. Só conheço uma categoria humana que vendia não-lugares: loteadores de lugares fantasmas por esse Brasil afora.

A procura da autenticidade, da verdade se preferirem, é uma exigência do posicionamento do homem perante si mesmo e do mundo, mas não do modo como a esmagadora maioria dos intelectuais querem. Esses críticos me parecem equivocados numa questão estratégica. Suponhamos um turista que, numa boa hipótese disponha de quinze dias para visitar Fuca de Nhapopê, tempo esse que do decurso de uma vida com férias, tudo somado, não faria muitos meses. Se esse turista gasta 10 horas diárias para suas necessidades num hotel e não se sabe quantas com transporte e perdas funcionais, *o que lhe sobra para conhecer a realidade?* Por essa razão, conquanto possa reconhecer a superficialidade da maior parte dos movimentos turísticos, é insensato pensar chegar às profundezas reclamadas pela crítica especializada. Além de urbanista, possuo diploma em História; estudo História do Brasil há mais de quarenta anos, ando pelo país todo sem parar, muito à pé, e me considero longe de ser um mergulhador. O que então esperar de um turista, que além de uma possível procura de profundidade tem também outros justos interesses de evasão em viagem? Que tempo lhe sobra se, além de tudo, os filhos o puxam à praia, sorveteria e ao trem fantasma? Claro que a procura da autenticidade não deve ser abandonada, *mas não é na viagem que ela se cumpre e sim no dia a dia de seu próprio cotidiano banal*; no bairro exótico de sua cidade que seja; nas leituras; nas escolas; nas conversas trans-epidérmicas de um boteco que só uma bela parceria permite; nas reflexões solitárias, enfim.

O chato de nossos tempos é que não encontramos nos botecos de hoje aqueles bêbados filósofos da literatura russa clássica. Lições sábias convêm mais às escolas se alunos forem capazes de apreciar, se ao professor sobrar tempo: debater o ser humano do futuro cidadão. *O sábio ajuda muito, mas de que adianta ele apontar para as estrelas e o incauto só vê o dedo?* Não será a consciência do turista que deve ser trabalhada, mas quando ele não está viajando? Essa, e só essa, seria capaz de derrubar quaisquer simulacros; aí sim vocês vão ver o andor balançar, mas será também preciso aferir até que ponto o homem consegue se despir de todo desejo de evasão e devaneio.

*O sonho e o desejo são imortais.* Vejo que os intelectuais estão muito empenhados em eliminar ervas daninhas, mas o problema é que em seu maniqueísmo obstinado acabam excluindo o sal da terra.

Em suma na minha filosofia a verdade é a questão existencial mais importante porque sem ela nossos atos se tornam inconseqüentes, senão perigosos. Ao contrário de muitos acadêmicos, pretendo que sua procura não pode ser abandonada, sob risco de cairmos na condição que Julien Benda nominou seu livro: *A traição dos Intelectuais*. A verdade é o produto mais refinado e raro do Universo. Sua procura não pode se limitar ao extremo reducionismo de uma visita turística, embora esta possa ser uma pedrinha do mosaico. Não mais que isso porque essa procura é para a vida inteira e sem garantia de sucesso. Os incontáveis estudos sobre autenticidade, desde os gregos, não apontam para consenso algum. Se consenso existisse, houvesse talvez uma única cultura, uma só religião, um só partido político e assim por diante em todas as construções sociais.

Não existe história das ciências que não elenque sucessões de incertezas e certezas que permitiram grandes avanços. *Sucessão de certezas, não de verdades*. Na seqüência de estudos sobre sincronicidade de Marie Louise Von Franz, discípula de Karl Jung, Arthur Koestler mergulhou à procura de explicações para coincidências da vida comum. Segundo registros científicos, já ocorreram coincidências históricas de até 6°. Grau, isto é, de uma complexidade inimaginável para ser produto do acaso. Sobre isso Koestler *conclui que deve existir uma lei regendo as coincidências, mas ignoramos qual seja ela*. Digo o mesmo para a Verdade: ela existe, mas não conhecemos sua compleição. Por isso, ao invés de atribuir o *status* de conceito (ou categoria de análise) para verdade, prefiro falar em *expectativa* que pode ser bem ou mal sucedida, em conformidade com a experiência de cada um.

Bom, agora que meu artigo acabou tenho de ir embora e vou com Deus. Vocês que decidam com quem querem ficar!

## REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. *Não-lugares. Introdução a uma antropologia da super-modernidade*. Campinas: Papirus, 1994.
- \_\_\_\_\_. [www.urbanisme.fr/numero/337/Ide/invite\\_inextenso.html](http://www.urbanisme.fr/numero/337/Ide/invite_inextenso.html)
- BENDA, Julien. *La trahison des clercs*. Paris: Bernard Gasset, 1927.
- BERGER, Peter L. *A construção social da realidade. Tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Editora Vozes, 1978.
- BERQUE, Augustin. “ ‘Lieu.1’ ” in <http://espacestemp.net/document408.html>
- BLACKBURN, Simon. *Dicionário Oxford de Filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1947.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992.
- BOECHAT, Ricardo. *Copacabana Palace. Um hotel e sua história*. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 1998.
- CHHABRA, Deepak; Healy, Robert e Sills, Erin. “Staged authenticity and heritage tourism”. In *Annals for Tourism Research*, vol. 30, Julho de 2003, páginas 702-719.
- ENCICLOPAEDIA UNIVERSALIS FRANCE, Editeur à Paris, 1968.
- GILLOT, G. & BRUYAS, F. “Enchantement, réenchantement du monde? Représentations, mis en scène, pratiques et construction des territoires”, texte présenté au XVIII congrés de l’AFENMAM, Lyon, 2-4 juillet 2004.
- GOMES, Fábio & Guimarães, Stella Vilares. *O Brasil é um luxo. Carnavais de Joãozinho Trinta*. Rio: Editora Stella Villares, 2009.
- HARVEY, David. *The condition of posmodernity*. New York: Blackwe, 1989.
- JOKILEHTO, J. “Point de vue: Le débat sur l’ authenticité”. In *ICCRON Chronique*, no. 21, 1995, p. 6-8.
- LOVE, Brenda. *Enciclopedia de práticas sexuais*. Rio de Janeiro: Gryphus, 1997.
- ROBERTSON, Margaret Hart. *Transformando o patrimônio intangível em tangível: experiências em dar valor agregado ao turismo cultural*. Conferência de abertura do IV Seminário de Pesquisa em cultura e turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Novembro de 2008.
- ROBSON, Andrew et alii. *Einstein: os cem anos da teoria da Relatividade*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SACKS, Jonathan. “Procura-se uma cultura nacional”, in *O Estado de São Paulo*, *Caderno Aliás*, de 28.10.2007.

SOKAL, Alan & BRICMONT, Jean. *Imposturas intelectuais. O abuso da Ciência pelos filósofos pós-modernos*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

STENGHERS, Isabelle (dir). *D'une science à l'autre. Des concepts nomades*. Paris: Editions du Seuil, 1987.

URBAIN, Jean-Didier. *L'idiot du voyage: histoire de touristes*. Paris: Payot & Rivages, 2002.

YÁZIGI, Eduardo. *A Alma do lugar*. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

**ARTIGO ESPECIAL – Recebido e aprovado em 05/06/2009**