

## **TEMA: O TURISMO NA PERSPECTIVA DO OLHAR DO HISTORIADOR**

Hamilton Afonso de Oliveira

Vínculo institucional: Doutorando em História da Universidade Estadual Paulista - UNESP/FRANCA, professor do curso de História da Universidade Estadual de Goiás - UEG/Morrinhos e do curso de Turismo da UNICALDAS - Faculdade de Caldas Novas.

Compreender o turismo não foi uma tarefa fácil para um aprendiz de historiador. Mas, foi esse desafio que nos propusemos a vencer ao longo do trabalho desenvolvido no programa de Mestrado em História das Sociedades Agrárias da Universidade Federal de Goiás. Primeiramente o que nos levou a optarmos por este tema, foi o fato de não haver em Goiás à época, nenhum trabalho que enfocasse a história do município de Caldas Novas; em segundo lugar, percebemos também que, o turismo - pelo menos no Brasil - não era objeto de estudo da história. Notei que, na produção historiográfica havia uma série de trabalhos que enfocavam o desenvolvimento da sociedade capitalista, com destaque para a história das revoluções burguesas, do movimento operário e da Revolução Industrial. Porém, a história do desenvolvimento da atividade turística estava para ser compreendida, analisada e discutida dentro de uma perspectiva histórica.

Com este propósito procuramos desenvolver uma discussão da história do turismo enfatizando que, a atividade turística também foi fruto das contradições da sociedade industrial capitalista. Contradições estas, que além de resultar na separação entre o capital e trabalho, resultou também na segregação entre o tempo de trabalho e o tempo de lazer e na distinção entre os espaços de lazer ou ócio e os espaços de trabalho. De um lado surgiu a cidade industrial, espaço de trabalho e uso econômico do tempo e, de outro, as primeiras cidades balneárias que acabaram se constituindo como centros de lazer e entretenimento, em que, o tempo é dedicado à ociosidade. Nestes espaços a dicotomia trabalho X lazer está sempre presente, pois, para o morador da localidade a presença mássica de turistas representa trabalho, stress, repulsa, perda de identidade e de privacidade. Para o proprietário de hotéis, clubes e setor de serviços em geral o fluxo contínuo de turistas representa maiores lucros.

Em uma perspectiva histórica não devemos considerar que toda viagem é turística, pois, esta tem uma peculiaridade própria que deve ser analisada com critérios bem definidos a fim de evitar generalizações. Cada viagem tem sua especificidade, de acordo com a motivação e o contexto histórico e cultural em que se realiza. É preciso levar também em consideração além do espaço, da localidade, a temporalidade em que a atividade turística realmente acontece.

Desta forma, uma viagem a São Tiago de Compostela no século XIII não podia ser considerada viagem turística, uma vez que, a viagem era considerada um sacrifício aos fiéis e

devotos como uma forma de oferenda a uma graça alcançada sendo portanto, uma viagem marcada por sacrifícios e penitências. Mesmo em nossos dias, nos meses de julho Trindade (Goiás) cidade nas proximidades de Goiânia recebe milhares de turistas e romeiros nos períodos da festa do Divino Pai Eterno. Mas será que o romeiro tradicional, que se desloca a Trindade, pode ser caracterizado como turista? Em nossa concepção, este romeiro é um atrativo ao turismo, mas, não é um turista pois, a o contrário deste, o motivo da viagem está marcada pela penitência e sacrifício. Já o turista, ao contrário, a viagem tem a finalidade de dar prazer e quer encontrar no local em que está de passagem geralmente o conforto igual e, de preferência melhor do que ele tem em casa. O turista geralmente quer encontrar prazer nas mais inusitadas situações, mas, não quer correr riscos.

O turista é aquele que faz a sua viagem de forma programa e na maioria das vezes utilizam-se dos serviços de agências de viagem, que determinam os roteiros, os principais pontos a serem visitados e os locais das hospedagens, garantindo o conforto, a segurança e a comodidade que o turista às vezes não encontra na sua própria casa. Enfim, o turista é aquele que já tem um roteiro de viagem definido, com destino e, hora marcada para a saída e chegada em que a disciplina do tempo do lazer prevalece.

Da mesma forma, seria anacronismo de um ponto de vista historiográfico falarmos em turismo, viagens e atividades turísticas em épocas anteriores à sociedade industrial capitalista, porém, na literatura específica de pesquisadores, que não são da área da história, ao tentarem descrever o turismo na história fazem-no de uma forma incoerente e anacrônica, como por exemplo, Luiz Renato Ignarra ao afirmar que:

“no Brasil, a história do turismo começa com o seu próprio descobrimento. As primeiras expedições marítimas que aqui chegaram com Américo Vespúcio, Gaspar Lemos, Fernando de Noronha e outros não deixavam de estar fazendo turismo de aventuras<sup>1</sup>.”

Afirmações como esta em termos historiográficos são inadmissíveis, pois, essas viagens marítimas dos séculos XV e XVI não tiveram nenhum caráter essencial de turismo, pois eram aventuras perigosas nas quais os homens se arriscavam nos oceanos em busca de riquezas e, não necessariamente para fazer turismo de aventuras em viagens que custaram a muitas famílias perda de vários entes queridos. Vasco da Gama, por exemplo, na tentativa de dar a volta ao mundo, acabou falecendo em meio à viagem.

Hoces também acredita que o turismo é uma atividade que se desenvolveu com o advento da sociedade capitalista. Ele também considera ser anacrônico afirmar que o turismo já existia desde a Antigüidade Clássica, pois, em primeiro lugar deve-se considerar que o refinamento de Grécia e Roma era privilégio exclusivo de grupos sociais numericamente muito reduzidos. Em segundo lugar, nas cidades helênicas – Atenas e cidades costeiras –, a vida social centrava-se na cidade: as

viagens eram tão incômodas que realmente não se pode falar de corrente turística, mas em um número reduzido de viagens relacionadas a questões militares, mercantis ou religiosas. Em terceiro, são conhecidos os horrores tanto de Sócrates ante a sua possível saída de Atenas quanto à absoluta falta de sensibilidade de Platão aos encantos da paisagem rural. Parecido também, era o caso de Roma. Os motivos itinerantes do patriciado eram tão concretos e utilitários como a correnteza de seus aquedutos. Exceto para pouquíssimos privilegiados que possuíam uma aldeia fora de Roma, não se pode falar de turismo romano, já que, se tratava de um fenômeno incompleto e esporádico. Na Idade Média apresentam abundantes canalizações do ímpeto viajante da humanidade: invasões temporais e permanentes, cruzadas, peregrinações a Santiago, a Meca e Benarés. Trata-se de movimentos militares e religiosos que só metaforicamente podem ser chamados de turísticos. Também não são turismo as grandes explorações comerciais de conquista e expedições missionárias que caracterizam a Idade Moderna. Pelos seus aspectos imperialistas, desiguais, utilitários ou místicos, essas viagens e expedições estão sempre muito longe de ser turísticas.<sup>2</sup>

Nesta perspectiva, consideramos que o turismo é uma atividade econômica que se desenvolve com o desenvolvimento e consolidação da sociedade industrial capitalista e, somos da opinião que, falarmos em turismo em outro contexto histórico seria anacronismo. O turismo deve ser entendido como um conjunto de transformações econômicas, culturais e sociais provocadas pelo capitalismo, que de forma gradativa no decorrer dos anos vem extinguindo os valores da cultura rural camponesa, como bem, frisou o historiador E.P.Thompson<sup>3</sup>, o capitalismo acabou impondo a sistematização, divisão e rígida disciplina do trabalho em detrimento, da cultura camponesa de cultura do trabalho assistemática e regida pelo tempo da natureza e pelas tradições religiosas.

No mundo rural, o camponês possuía uma cultura material e cultural marcada pela auto-suficiência e, neste ambiente cultural, não havia uma distinção entre o tempo de trabalho e o tempo do ócio. Lazer e trabalho se interagiam no cotidiano camponês em um universo marcado de forma predominante pelas festas e tradições religiosas. Além do mais, o camponês em seu mundo era o controlador do tempo que através das observações empíricas da natureza, determinava o ritmo do trabalho que se dividia entre o preparo da terra, o plantio, cultivo e colheita.

Segundo Thompson, o descaso pelo tempo do relógio somente é possível em uma sociedade de agricultores e pescadores, em que a estrutura de mercado e de administração é mínima e, a administração das tarefas diária desenvolve-se pela lógica da necessidade<sup>4</sup>. Seguindo o seu raciocínio é com o processo de industrialização da sociedade é ocorreu um novo conceito de tempo. Em lugar do tempo regido pela natureza e pelas tradições religiosas, estabeleceu-se gradativamente a cultura da disciplina e do tempo sincronizado do trabalho, em que o relógio passou a ser um importante aliado no controle do tempo.

Durante o processo de industrialização e urbanização, a separação entre trabalho e lazer tornou-se mais eminente, sobretudo, para as camadas mais pobres da sociedade. Durante os séculos XVIII e XIX, a propaganda do uso econômico do tempo, de acordo com as observações do historiador E.P. Thompson era dirigida apenas aos trabalhadores pobres que, em grande parte foram camponeses.

À medida que se consolidou uma cultura do uso econômico do tempo, as horas reservadas ao trabalhador para o lazer e descanso (folgas semanais, feriados e férias anuais remuneradas) passaram a ser profundamente valorizadas como símbolo de liberdade. O tempo de trabalho passa a representar em grande parte castigo, aprisionamento, o trabalhador acaba por se sentir acorrentado pelas jornadas estafantes de trabalho seja, na fábrica, escritório, comércio, escola, etc. O tempo do lazer ou descanso – a sexta-feira acaba sempre sendo desejada em toda a segunda-feira – passou a ser delimitado e restrito aos fins de semana ou feriados prolongados que são muito desejados por todos os trabalhadores.

Ao mesmo tempo, estabeleceu-se também duas temporalidades que são ao mesmo tempo distintas e intrínsecas entre si: o tempo do trabalho e o tempo do ócio. O tempo do ócio acaba se constituindo no tempo do trabalho e nos espaços de lazer e descanso, pois, para o capitalista do setor de hotelaria e áreas de serviços turísticos, a presença do turista significa lucro, enquanto que, para o trabalhador de um balneário ou cidade com economia centrada em torno do turismo, trabalho.

Justamente neste ambiente e contexto é que podemos afirmar que o turismo é uma atividade contemporânea e, seu desenvolvimento, está relacionado com as mudanças de cultura e mentalidade proporcionadas pela urbanização e industrialização da sociedade que, acabou estabelecendo novas relações sociais de produção calcadas nos princípios da disciplina do trabalho e no salário. A expansão do capitalismo não apenas acabou desapropriando o trabalhador de seus meios de produção, mas, também o tolheu do direito ao tempo de ócio.

A consolidação dos direitos trabalhistas conquistados pelos trabalhadores no decorrer dos séculos XIX e XX acabou por reconquistar o direito ao ócio. No entanto, essa reconquista do direito ao ócio passa a ter um duplo sentido: para o trabalhador, a recompensa pelas horas de trabalho estafantes a que foi obrigado a suportar durante a sua vida é a aposentadoria; para o capitalista com investimentos no setor do turismo lucros. Na verdade o que notamos é que durante o processo histórico de desenvolvimento do capitalismo além de ocorrer a capitalização das relações socioeconômicas, capitalizou-se também, o tempo do ócio por meio do turismo.

A racionalização do trabalho, a redução da jornada de trabalho, o descanso semanal, as férias remuneradas e o direito à aposentadoria contribuíram para o crescimento das viagens com fins turísticos entre as camadas operárias inglesas. À medida que as leis começaram a garantir um tempo

maior de descanso aos trabalhadores, as viagens com fins turísticos começaram a se propagar por toda Europa a partir da segunda metade do século XIX. Segundo Urry, alguns padrões começaram a encarar as férias regulares como contribuição para a eficiência. Um traço característico das férias inglesas neste período, é que elas deviam ser gozadas coletivamente. A partir de 1860, as férias passaram a implicar viagens para o litoral, longe dos lugares normais de residência.<sup>5</sup>

É neste contexto histórico-cultural que o turismo se consolidou como um fenômeno econômico e cultural de consideráveis proporções, à medida que, os novos padrões culturais da sociedade capitalista de consumo se impunham e o lazer e ócio se transformaram numa mercadoria a ser comprada, à medida que esses valores acabavam fazendo parte do cotidiano, o tempo e o espaço reservados ao descanso passaram a ser profundamente valorizados e desejados.

A partir dos fatores acima apresentados, na Europa, os espaços destinados ao ócio tornaram-se muito comuns, sobretudo, na segunda metade do século XIX. As estações termais, antes freqüentadas com fins terapêuticos, tornaram-se centros sofisticados de prazer e de glamour pelas diversões que ofereciam, onde o cassino reinava absoluto. A estação balneária de Bath, por exemplo surgiu no final do século XVII, com uma moderna e requintada estação termal de turismo aristocrático que serviu de modelo para outras estações européias. Não menos importantes eram os balneários da França, como Vichy e AixLes-Bains. Também as termas alemãs de Baden-Baden, Wiesbaden, Karlsbad atraía grandes contingentes de freqüentadores. Só para se ter uma idéia, Baden-Baden recebeu no ano de 1869, segundo dados da época, cerca de 62 mil visitantes, a grande maioria concentrada nos meses de julho e agosto.<sup>6</sup>

Em toda a Europa, numerosos balneários se desenvolveram no século XVIII. O objetivo original desses balneários era medicinal. Propiciavam água mineral, usada para banhos e para beber. De modo algum ficou exatamente claro por que as pessoas passaram a acreditar em suas propriedades medicinais. O primeiro balneário da Inglaterra foi Scarborough, que data de 1626. Em seguida, surgiram outros balneários como Bath, Buxton, Tunbrige Wells etc. Nestes balneários, segundo Urry, uma surpreendente quantidade de pessoas melhorou seus males, não apenas ao tomar as águas, mas também, ao banhar-se nelas. O banho só deveria ser tomado “após devida preparação e conselhos”, conforme escreveu o historiador Gibbon. Normalmente o banhista entrava na água inteiramente nu. A praia era mais um lugar de “cura” do que de “prazer”.<sup>7</sup>

Já no fim do século XVIII e começo do século XIX, começaram a surgir e intensificar os fluxos turísticos de inverno em direção ao litoral, onde, duas pequenas cidades, Hyères e Nice, foram as pioneiras, freqüentadas não só pelos membros da família real inglesa, mas também, por alemães, russos, suíços e franceses. As estações hibernais, à imagem e semelhança das estações termais, já nascem com características luxuosas, ao gosto das elites. Nice, um pouco antes da conflagração da Primeira Grande Guerra (1914), recebia cerca de 150 mil visitantes no inverno.<sup>8</sup>

O turismo de cunho aristocrático teve a sua fase no Brasil somente na primeira metade do século XX, cujos símbolos, segundo Rodrigues, ainda permanecem vivos. No Rio de Janeiro destacou-se o Hotel Copacabana Palace e o Quitandinha, em Araxá, o Grande Hotel. A época áurea do termalismo no Brasil, expresso pelo circuito das águas de Minas Gerais e por Águas de Lindóia, Águas da Prata, Serra Negra e Águas de São Pedro, no Estado de São Paulo, correspondem às décadas de 1920, 1930 e 1940, até a proibição do jogo e o fechamento dos cassinos, em 1946.<sup>9</sup>

Por fim, o desenvolvimento do turismo de massa está associado diretamente ao processo europeu de urbanização em razão do qual, a partir de 1850, as cidades começaram a crescer de forma espantosa. Segundo Eric Hobsbawm “dizer que a concentração de pessoas em cidades era o mais impressionante fenômeno social do século XIX, na Europa, era dizer o óbvio. Viena cresceu 400 mil, em 1846, para 700 mil, em 1880; Berlim, de 378 mil, em 1849, para quase um milhão, em 1875; Paris e de 1 milhão para 1,9 milhão; Londres, de 2,5 milhões para 3,9 milhões. Mas a forma da cidade, a imagem estrutural, havia mudado, tanto pela pressão para construção e planejamento politicamente motivado como pela fome de lucro das construtoras. Ambas não recebiam bem a presença dos pobres nas cidades, os quais era a maioria da população, embora reconhecessem que era um mal necessário.”<sup>10</sup>

As viagens turísticas somente foram possíveis graças ao desenvolvimento dos meios de comunicação e transportes. Para Hobsbawm, o turismo

“é essencialmente um produto da estrada-de-ferro, do barco a vapor e da magnitude e rapidez das comunicações. Para ele, o capitalismo industrial produziu duas novas formas de viagens de prazer: turismo e viagens de verão para a burguesia e pequenas excursões mecanizadas para as massas, em alguns países, como a Inglaterra. O turismo de massa e as viagens de verão da burguesia foram resultado direto da aplicação do vapor no transporte, já que pela primeira vez na história viagens regulares e seguras eram possíveis para grande quantidade de pessoas e bagagem e por qualquer tipo de terreno ou mar.”<sup>11</sup>

Enfim, o turismo foi fruto do desenvolvimento da sociedade industrial capitalista e nasceu paralelamente com o desenvolvimento das fábricas, com o crescimento das cidades e com o estabelecimento de uma cultura disciplinar do trabalho e do uso econômico do tempo. A expansão capitalista não apenas estabeleceu novas relações socioeconômicas mas, também, instituiu novos valores culturais fundamentados nos princípios urbanos. O desenvolvimento do turismo nada mais é do que, a monetarização do tempo livre adquirido pelo trabalhador com a gradativa redução da jornada de trabalho. A estressante vida urbana nas grandes cidades, o barulho, a poluição ou retorno a um modo de vida outrora perdido, leva milhões de pessoas a buscar nas cidades turísticas um momento de fuga da vida cotidiana.

## NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

<sup>1</sup> IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do turismo*. São Paulo, 1999. p.19

<sup>2</sup> HOCES, Ricardo de La Cierva. *Turismo: teoria, técnica e ambiente*. Madrid: Editorial River, 1969. p.24

<sup>3</sup> THOMPSON, E.P. *Costumes em comum – estudos sobre a cultura popular*. São Paulo: Cia. da Letras, 1998.

<sup>4</sup> Idem, p. 271

<sup>5</sup> URRY, Jonh. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 2. Ed., São Paulo: Studio Nobel, 1999. p.38

<sup>6</sup> RODRIGUES, Adyr Balestreri. *Turismo modernidade e globalização*. São Paulo: Huitec, 1997. pp.10-11

<sup>7</sup> URRY, Jonh. 1999, pp.34-35

<sup>8</sup> RODRIGUES, 1998. p.11

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> HOBBSAWM, Eric. *A era do capital*. 4.<sup>a</sup> Ed., São Paulo: Paz e Terra, 1988. pp.222-223

<sup>11</sup> Ibid. p.216