

O USO GEOPOLÍTICO DO TURISMO CULTURAL

Lucio Flavo Marini Adorno¹

Professor Doutor do Curso de Turismo do CEULP/ULBRA - BRASIL

Introdução

A princípio, a tentativa de correlação entre os termos desse título pode parecer descabida ou prematura, mas consideramos uma discussão prolífera e oportuna, diante de uma série de fatos e dinâmicas das relações no campo da política internacional atual, que procriam modos espaciais de poder.

A história do pensamento geográfico relata a evolução da própria construção do conhecimento espacial em suas diversas escolas de abordagem, enfocando, portanto os fundamentos ideológicos que deram sustentação aos projetos de Estado Moderno, que, de maneira geral, formatavam e eram formatados por princípios geopolíticos. Eis que poderíamos dizer que, compondo a herança evolutivamente das correntes epistemológicas, a Ciência Geográfica teve um forte papel político e econômico para o expansionismo comercial e apossamento territorial, usando numa parte seu conhecimento e instrumental geotécnico e, de outro, num módulo estratégico, o uso dos tais princípios geopolíticos.

Entre determinismos, possibilismos, pragmatismos quantitativos, dogmatismos marxistas ou humanismos fenomenológicos, o pensar geográfico legou entre equívocos e verdades um *modus operante* na forma de territorialização e legitimação do poder institucional, quer seja militar, governamental ou mesmo mercantil. De crítica à crítica, a concepção de uma (nova) geopolítica deixou de ser exclusiva aos geógrafos, de modo que, colocada à serviço de projetos tirânicos, veio a ser profanada no meio acadêmico e por tais (dês)virtudes, ficou desabonada como tema de pesquisa por muitos. O interesse reapareceria a partir da última década de setenta, pelas críticas lideradas por Yves Lacoste em seu livro "*A Geografia – isso serve, em primeiro lugar, para fazer a guerra*", mas, de modo geral, especialmente quando os fatos concretos colocavam em xeque a chamada ordem mundial, fato ocorrido sobretudo no final da última década de oitenta com a simbólica Queda do Muro de Berlim e, em seguida, com a derrocada da URSS.

¹ Email: adornolf@uol.com.br

O mundo de então passaria por um ritmo cada vez mais intenso de processamento do jogo de poder mundial, não apenas no aspecto clássico da ordem bipolar comunismo x capitalismo, mas a ascensão de outros atores que não os Estados – Nações no tabuleiro de poder na escala internacional. O Mercado ocupa crescentemente mais espaço no teatro de mandatários, estigmatizado por seus diferentes agentes em diferentes setores econômicos, transformando fronteiras políticas em fronteiras monetárias, essas agora pulverizando o entendimento clássico das escalas geográficas, centro – periferia, mundo – região – lugar. Há uma visibilidade de troca de papéis entre Mercado e Estado, a ponto de os intelectuais construírem mais profecias do que realizarem leituras concernentes à realidade dinâmica das relações sociais.

A chamada Nova Ordem Mundial a partir do início dos anos 90 do século XX levou a determinação de uma “Nova Pseudo-Ordem Intelectual”, como que induzindo a um unilateralismo interpretativo. Suas primeiras interpretações foram típicas de um impressionismo cartesiano, onde todos os conceitos apresentados consistiam de uma considerável carga valorativa que nos induzia a um novo absolutismo: O Fim do Estado Nação de Keinicki Ohmae, O Fim da Natureza de Bill Mckibben, O Fim da Ordem Militar de Maurice Bertrand, O Fim da Democracia de Jean – Marie Guéhenno, ou ainda A Morte do Homem Econômico de George Brochway. Há muitos fetiches, palavras de ordem, slogans (como aldeia global), metáforas que são confundidas de uma ótica virtual com o mundo real do espaço vivido e herdado.

Tais teóricos substituíram o dilema do “pós”- ordem na transição dos anos 80/90 para a sublimação do “fim”, do caos generalizante, como se a falta de respostas ao novo se constitua numa condenação total da ordem vigente; esta ordem que em verdade não é estável, mas sim recriadora. Quando não, percebe-se que o comando dessas idealizações estão na esfera da compressão espaço-tempo como efeito do atual estágio de globalização, do espaço-mundo sobrepondo-se ao regional, num relato quase qualificável como tirania do mundo sobre os países, fronteiras, regiões, cidades ou lugares, auscultável tirania do todo sobre a parte; ou como alguns intelectuais preferem compreender enquanto um globalitarismo.

Se estaríamos vivendo assim o fim da Guerra Fria, o início da década de 90 seria finalmente o prenúncio de um mundo mais pacífico, seria conseqüentemente o fim para qualquer Geopolítica ? Edward N. Luttwak interpretava que nessa nova ordem os conflitos militares perderiam sua importância nos rumos para uma hegemonia de poder mundial,

dando a geopolítica lugar a uma geoeconomia – “A lógica da guerra está subsumida à gramática do comércio”²

Entretanto, já no primeiro ano daquele decênio eclode a Guerra do Golfo, desiludindo quaisquer interpretações românticas de uma paz multilateral, pois em essência, a própria paz subjaz controle, domínio estável (na aparência) de relações político-econômicas na esfera internacional.

Ao proceder uma análise crítica dos ensaístas de geopolítica em toda a evolução do que viria ser o olhar teórico geopolítico, José W. Vesentini pondera que diante da falta de unidade no entendimento disciplinar da geopolítica, devemos percebê-la de maneira mais consentânea, como algo mais plural, interdisciplinar, tratando assim por “Novas Geopolíticas”.

Pois bem, nesse campo de estudo, desde quando o turismo tem aderência nesse tipo de discussão de idéias ou representações geopolíticas do mundo ?

O nosso propósito com este texto é refletir acerca das adaptações e usos da geopolítica ante ao pragmatismo de mercado e identificando seu rebatimento no campo do turismo, especificamente em suas tipologias que estão mais relacionadas aos patrimônios culturais e que nos serviriam de indicativos de tal processo. Cabe analisar como isto pode ser identificado e compreendido enquanto um aparelho ideológico de poder, bem como sua capacidade de servir como veículo de inspiração doutrinária, tanto para o mercado como para o próprio poder estatal.

Pressupostos de Procedência da Relação Geopolítica ao Turismo

Tratam-se de temas muito divergentes, porque não dizer proporcionalmente antagônicos. Numa primeira especulação teórica, um só existiria sem o outro, enquanto o entendimento sobre geopolítica fosse puro sinônimo de guerra, o que tratar-se-ia de uma condição impeditiva ao funcionamento de qualquer tipo de turismo. Se geopolítica rima com balística, campo minado, turismo rimaria com campo livre, passagem à paisagens pacíficas, como se maniqueísticamente resolvêssemos sintetizar em tirania x democracia, ou dominação x liberdade.

Embora em termos categoricamente clássicos estaria encerrada aí a coexistência entre geopolítica e turismo, esta não pode mais ser compreendida meramente assim, visto que a própria história das civilizações humanas relevam outras faces nas quais

² LUTTWAK, E. N. **From Geopolitics to Geo-Economics: Logic of conflict, grammar of commerce**. New York: Routledge Edition, 1997, p. 126

ambas se intercalam. Se acrescentássemos nessa discussão palavras como jogos, entretenimento, ritos de passagem, encantamento ou patrimônios da humanidade, poderíamos abrir mais a percepção de que há muita afinidade entre os objetos, meios e instrumentos da geopolítica, bem como do próprio turismo.

Quando enquadrarmos os espaços de operação de ambos, chegaremos então a um nível que, diante dos ditames econômicos e políticos da atualidade mundial, descortinaremos sua complexa imbricação. Antes disso, é preciso relacionar alguns aspectos básicos pela própria historiografia do turismo, na qual evidencia-se sua cadência pelas viagens, por suas mais diversas naturezas e motivações. De narrativas epopéias ou científicas, a história da humanidade é reconhecida e renovada por elas, cheias de deslumbramentos e encantos, seja pelo anseio por aventuras inéditas, pelas emoções em seu simples ato de buscar o desconhecido ou superar o cotidiano, seja pelo desejo em, por elas, realizar novas conquistas, ou impor ao mesmo tempo suas ideologias.

Seguramente falar de turismo hoje apenas como sinônimo de viagens seria uma visão muito simplista, visto que ele tem uma representatividade mundial muito mais relevante, tanto espacial como economicamente situando-o. Em termos de geração de renda, compreendendo-o como um sistema de atividades de lazer e entretenimento, o turismo é tido para uns como a maior “indústria” para o século XXI, outros preferem considerá-lo como um setor de elevada grandeza econômica e social, dada à preocupação com a imprecisão de suas definições.

O certo é que se fosse adequado estilizar uma pré-história para a relação geopolítica – turismo teríamos que lançar mão das viagens pela funcionalidade que elas permitiam veicular – a conquista de mais poder e riquezas, seja ele formatado como fosse a moeda de valor de então: terras, sal, especiarias em geral, ouro , ou mesmo gente (escravos).

As viagens significavam o expansionismo territorial e comercial, portando assim os projetos de poder das dinastias instaladas em seus Impérios, ou antes, ainda no período feudal, visto o papel ideológico e comercial através das Cruzadas. A busca por adquirir competência em saber fazê-las (e ter os meios para tal) significava a condição para tais conquistas, visto o empenho de países como Portugal, Espanha, Itália, Holanda, Inglaterra ou a França, em construir suas frotas de embarcações e realizar suas expedições marítimas, pré-requisito para a corrida colonialista.

Evoluíram-se os seus meios de transportes e comunicações, suas condições de viagem, mas a ela a pecha de constituir-se no ir a busca de um interesse político e

econômico tornara-se inquestionável, até mesmo é preciso dela para fazer-se uma nova guerra. Eis a feição contraditória que para a mesma foi posta: com ela pode-se descobrir ou encobrir, com ela pode-se salvar, mas também matar.

Apologias a parte, a viagem não é o único caminho entre a geopolítica e o turismo, mesmo porque, alguns criticariam teoricamente que usar essas viagens para fazer guerra, ou buscar a dominação de outros povos, não é da alçada do fazer turismo. Certamente, mas vale relacionar ainda que no início do século XVII esboçava-se uma visão mais disciplinante para as viagens, empreendidas por jovens aristocratas, sobretudo britânicos, que eram incentivados a viajar para o exterior como uma viagem educacional, agregando maior conhecimento cultural para suas carreiras, presumindo-se que, em sua volta ao país de origem, trariam-lhe enriquecimento pelos benefícios adquiridos de suas viagens:

“Sobre conhecimento do mundo, eu me refiro àquele que resulta da observação dos homens e das coisas a partir das relações com os hábitos e usos de outras nações; de *insights* em suas políticas, governos, religião; em suma, do estudo e contemplação dos homens, como eles se apresentam no maior palco do mundo em diversas formas e sob diferentes aspectos.”³

Tal concepção à época era conhecida como *Grand Tour*, mesmo que ainda muito longe de poder ser considerado como um turismo propriamente dito sistêmico, visto ainda que tratava-se de uma permanência externa de longa duração (de um a três anos) constituía-se numa verdadeira pedagogia da formação aristocrática – a própria capacitação para o exercício intelectual do poder:

“Trata-se de reforçar a pedagogia por meio da viagem – que poderia ultrapassar dois anos – a que se submetiam os filhos das famílias aristocráticas. Destinado ao serviço do rei em altos postos diplomáticos; à burocracia e ao executivo coloniais; ao exército e, principalmente à marinha; mais tarde à vida política no Parlamento, o hábito desta viagem se impusera desde o final do reinado de Elizabeth I”.⁴

O olhar para fora do seu próprio país para a sociedade civil começa então a fazer mais sentido, bem como, com o avanço das revoluções industriais e a instalação de infra-estruturas de transportes e comunicações, vai-se permitindo paulatinamente fazer viagens internacionais a uma classe burguesa em ascensão:

“O turismo estava visivelmente se tornando um movimento e um negócio por si só. Além das novas forças econômicas, talvez o fator novo mais importante fosse a mudança na demanda ou no padrão, proveniente de alterações nos estilos

³ Lord Shaftesbury, citado por KERSHAW, A. e LICKORISH, L. **The Travel Trade**. Londres: Pratical Pres., 1958, p.22

⁴ CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio Histórico e Cultural**. São Paulo: Editora Aleph, 2002, p. 38.

de vida e nas preferências. O movimento do romantismo na arte e na literatura estimulou o interesse pela natureza, cenários e montanhas, por exemplo, além dos interesses antigos pela arquitetura, arte e locais históricos.”⁵

Reconhecia-se assim a capacidade de uma influência cultural pelo turismo, de uma sociedade sobre as outras, visto que seus modos de organização e produção são espacializados e vão ganhando suas representações em paisagens urbanas ou rurais, com destaque de síntese pela construção de símbolos e imagens que denotam os valores sociais. Com eles dar-se-ão a própria marca de um país. Pelos monumentos pode-se identificar (ainda que aproximadamente) política e culturalmente um povo, por eles a identidade de uma sociedade auto-afirma-se (ou são forjados para isso). Eis a segunda principal vertente que queremos relacionar com o nosso tema biunívoco.

Trata-se de entender acerca da construção de representações culturais que posteriormente, ao serem incorporadas como atrativo turístico, servem como recurso e instrumento de indução ou inspiração ideológica, versando assim como um berçário para um projeto geopolítico. A ordem dos fatores aqui altera o produto – originalmente os monumentos já são elaborados por inspiração geopolítica, e por força de seu valor artístico e patrimonial é posteriormente incorporado como roteiro turístico, carregando, inerentemente, a sua pragmática geopolítica. Um dos objetos de atração turística que é a mais pura expressão geopolítica da vitória: os Arcos do Triunfo, como em Roma, Paris, Lisboa, Barcelona ou Madrid.

Num roteiro turístico eles não são vistos isoladamente. Vale referir-se também sobre as Muralhas, com sua portas e torres de observação, além das Torres representando emblemas de conquistas navais, como a Torre Del Ouro em Sevilha, Torre de la Calahorra em Córdoba ou a Torre de Belém e o Padrão dos Descobrimentos em Lisboa.

Sua valorização geopolítica independe se o objeto construído não tem fins militares, basta-o simbolizar algum poder para ser respeitado, venerado ou odiado.

É notável que as histórias de guerras estão gravadas com episódios de desfecho nos quais a tomada ou destruição de um monumento – símbolo é tão ou mais importante que a supressão militar do oponente. Há uma verdadeira liturgia teatral, um verdadeiro ritual da vitória com o espaço nuclear do poder inimigo. Senão lembremos de alguns exemplos como a “queda” do chamado Antigo Regime (na transição do feudalismo para o

⁵ JENKINS, Carson L.; LICKORISH, Leonard J. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000, p.28.

capitalismo), especialmente protagonizada pela Revolução Francesa e a *Tomada da Bastilha*, numa ação representativa (até mesmo lírica) de destruir um símbolo que equivalia o espaço do opressor e assim da própria tomada do poder.

Desde a Antigüidade este fato é recorrente nas lutas militares com os saques, depredações e destruição de palácios, fortes, totens, templos, igrejas ou mesmo cidades inteiras, quer seja na Europa (Acrópole e seus edifícios como o Partenon em Atenas, as cidades de Cartago e Corinto, as Muralhas de Constantinopla, ou a cidade alemã de Dresden), Ásia (Persépolis, Babilônia), África (o Farol de Alexandria) ou na América (os templos em Teotihuacán e Tenochtitlán ou as Missões Jesuíticas). Já na Idade Moderna e em nosso Mundo Contemporâneo a regra não se alteraria, a não ser os instrumentos técnicos e artefatos de guerra que ganharam maior escala de destruição entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, criando por elas novas monumentalidades, sejam por ruínas como testemunhos ou pela construção de memoriais tais como o Memorial da Paz de Hiroxima (Cúpula de Gembaku), este pelo uso descomunal da bomba atômica.

Por outro lado, como todo conflito tem seus protagonistas capazes de editar a sua versão para as guerras, há nos Estados Unidos da América o Arlington National Cemetery onde se encontra anexo o monumento Iwo Jima, que representa a tomada da pequena ilha no Oceano Pacífico pelo Corpo de Fuzileiros Navais dos Estados Unidos, cujo ato marcava a virada para a rendição do Japão (justamente entremeadado ao lançamento das bombas atômicas) e o rumo final da II Guerra Mundial. Neste cemitério – “parque temático”, praticamente para cada uma das guerras em que esse país se envolveu existe um monumento registrando os militares norte-americanos vitimados nesses conflitos, bem como, destacando-se ainda, a existência do Memorial do Serviço Militar Feminino Americano. Ainda, na mesma cidade de Washington D. C., há o Memorial dos Veteranos da Guerra do Vietnã e o Memorial do Holocausto, entre outros.

De qualquer modo, o turismo orientado preserva os vestígios de guerra, sua ação valorativa mercantil ajuda a manter uma memória viva de atos de guerra pelo uso de ruínas ou memoriais. Com isso há uma espacialização turística da geopolítica quando o interesse multicultural ganha espaço pelo mercado turístico. Eis que o *trade turístico* agora adquire também um papel estratégico de agenciamento num mundo da ordem da “paz da vez” (a *pax romana*, *pax britânica* e atualmente a *pax americana*). Pressupondo-se que nunca vivemos historicamente tão próximos de tempos de universalismo, este papel ainda pode estar saindo da incubadora, no qual reveste-se em sua ação como uma “prova de fogo” entre os valores endógenos e exógenos e seu entendimento do que vem

a ser local ou global, quem e como se exprimem as horizontalidades e verticalidades nas identidades territoriais.

A territorialização do turismo numa conectividade geopolítica

Considerando agora a visão de estar havendo uma espacialidade turística da cartografia geopolítica, desde quando haja liberdade cultural de comunicação, os acontecimentos políticos nos últimos quinze anos revelam-nos ainda mais esta expressão, além do que, aparecem indicativos de novos horizontes nessa relação.

Primeiro tratam-se de novas destruições de monumentos como deposição da ordem bipolar capitalismo x comunismo: a derrubada do Muro de Berlim em Novembro de 1989 e a derrubada das estátuas de Lênin e Karl Marx com o fim da União Soviética em Dezembro de 1991, entre outros países da antiga “Cortina de Ferro”. Já em Março do ano de 2001 a milícia que governava o Afeganistão, conhecida por Taliban, decide destruir todas as estátuas no país de herança cultural pré-islâmica, com destaque para os monumentos budistas de Bamiyan, nos arredores da capital Cabul.

A diferença entre estes três episódios é que nos dois primeiros foram atitudes que representavam uma mudança do paradigma da ordem política que, em tese, era dirigida pela própria população civil em prol da liberdade capitalista de mercado, enquanto o terceiro representava exatamente um totalitarismo *à lá islamismo*, promovido pela ação estatal para sua perpetuação no poder, em mais um rompante histórico de iconoclastia.

De qualquer modo, poderíamos dizer hoje que a destruição em massa de monumentos arquitetônicos e artísticos estaria, assim, como a barbárie para as “futuras gerações de turistas”.

Em nossa contemporaneidade a mídia televisiva iniciou o que nós chamaríamos de “show de cobertura de guerra”, a cobertura ao vivo, instantânea e simultânea em redes informacionais, inaugurado especialmente pela CNN ao demonstrar todos os avanços geoestratégicos da Guerra do Golfo. Assim se deu com as demais guerras regionais que, em sua avaliação, mereciam mais destaque (ou melhor, maior audiência).

“A guerra passou a ser embelezada pelos encarregados de empacotá-la e de mitigar seus aspectos inconvenientes ou chocantes: o espectador se transforma em consumidor. Episódios mais recentes, confirmam a percepção do impacto televisivo, que é capaz de magnificar vitórias e minimizar derrotas ...”⁶

⁶ Ronaldo Mota Sardenberg. Cultura e comunicação hoje. Jornal O Globo, 09/29/1997, pg.7.

A revolução técnico-científico-informacional permite a mídia delinear-se um mundo culturalmente mais virtual, uma sociedade em rede como nos fala o sociólogo Manuel Castells. A comunicação em massa formata uma cultura política e um turismo em massa.

Dessas transmissões temos, a que revela-nos com maior expressão de impacto e de porvir de uma nova ordem internacional, as que mostram as imagens dos atentados terroristas de 11 de Setembro de 2001 em Nova York, sobre as Torres Gêmeas do World Trade Center, o mais imponente templo moderno – o do capital, bem como em Washington D. C., sobre o Pentágono, simbolizando a central de inteligência geopolítica do atual poder hegemônico mundial. Vale dizer que todos esses casos mencionados já chamam o interesse como lugar turístico numa escala mundial, graças a sua divulgação em massa, e assim vão sendo revestidos pelos operadores turísticos e arrumados pelos gestores locais em prol de novos dividendos; políticos e econômicos.

A derrubada das Torres de Nova York antes de ser puramente estigmatizada como uma bárbara atitude terrorista, é a própria liturgia “bastílica” buscando a destruição de um regime. Neste caso, é o de atingir o coração da economia mais forte do mundo (EUA) ao mesmo tempo de implantar o terror, o pânico, como arma psicológica, atingindo assim corações e mentes.

A conquista de corações e mentes, este é o novo conceito da batalha campal criada pela própria civilização ocidental e cada vez mais adotado pelos países, ou mesmo grupos terroristas, tendo na mídia o seu primeiro e mais barato artefato de guerra e de legitimação arbitrária. Este canal é o mesmo que projeta os destinos turísticos e gera o turismo de massa, eis a questão estratégica quando se pode induzir e manipular conforme o interesse de quem filtra ou coloca no ar as imagens – mensagens. Assim o próprio turismo cultural não existiria hoje com o volume que tem sem a comunicação em massa. A questão é até onde esse uso mercantil de valores culturais disciplina ideologicamente para um projeto geopolítico?

“A psicopolítica sucede à geopolítica, pois importa mais a sujeição de corações e mentes que a anexação de áreas físicas.”⁷

Mas não se encerra o princípio, apenas como se fosse um magnetismo pelas redes virtuais. A anexação convencional de áreas físicas, com as ocupações militares dos países feitas até a escalada da Guerra Fria, realmente não tem mais a mesma razão para a dominação, mas não se deve enganar, pois ela acontece de outra forma, é pela

⁷ Frei Betto. A lógica do poder. Jornal O Globo. 10/09/2001, pg. 7.

ideologia comercial como anexação de mercado. Note-se o empenho dos EUA e de outros países como França, Inglaterra ou Alemanha, quando no desfecho dos conflitos já apresentam-se como “solidários” em auxiliar na reconstrução do país que fora palco de bombardeios, estendendo sua mão com vultosos empréstimos financeiros para o Kosovo ou Afeganistão. Imposta a ordem dominante, ou como outros preferem, “consolidado a paz”, o próprio mercado encarrega-se na seqüência de turistificar novamente esses espaços, agora com uma “patrimonização” com novas versões ideais. A amplitude dessas versões dependerá do nível de abertura política e econômica que o país estiver vivenciando. Eis um exemplo palpante:

“Os passos do legendário guerrilheiro Ernesto "Che" Guevara caíram de vez nas graças do turismo na América do Sul. A Secretaria de Turismo da Bolívia criou a "Ruta del Che".

A subsecretária Karen De La Quintana, garante que não existe a intenção, por parte dos idealizadores do projeto, de fazer qualquer apologia das atividades subversivas que Che Guevara realizou no país em 1967. A criação do roteiro, segundo a subsecretária, é de usar este atrativo histórico dos caminhos usados por Che Guevara e seus companheiros guerrilheiros para divulgar, através do turismo, o interior do país.”⁸

Cabe, no entanto, uma pergunta: Quem é que estaria motivado a visitar este roteiro ? Qualquer um, desde que tenha dinheiro e interesse (não precisa ser somente ideológico – afetivo). Mas vemos aqui o turismo, no mínimo, atuante na memorização de um protagonista geopolítico, aproveitando-se mercadologicamente de uma passagem política da história, recuperando algo que até a última década de oitenta (aos olhos da inteligência estatal militar daquele país) era inconcebível: sequer falar publicamente do fato. O turismo aqui tira proveito de um fato geopolítico, mas a geopolítica também, pois assim, de alguma maneira, também serve de preservação, de educação como didática ideológica. Não implica obrigatoriamente a isso, mas permite a quem possa interessar.

Considerações para um epílogo

Procuramos esboçar, através do historicismo, uma série de fatores vinculantes que pudessem nos indicar como uma mera atividade turística cultural herda e traduz os feitos geopolíticos. Haverão controvérsias a parte, pois realmente trata-se de um relacionamento complexo e de construção ininterrupta. Nessa grafia, deparamo-nos com usos distintos, numa turistificação da geopolítica de inspiração comercial, mas como que

⁸ Jornal O Globo. Caderno Boa viagem. 06/03/1997, pg. 18

numa simbiose, consideramos um campo crescente a utilização do turismo como um dos tentáculos da geopolítica.

O turismo começa a ser usado geopoliticamente – o caso da construção do Museu Guggenheim em Bilbao, cidade base das reivindicações de autonomia nacionalista do chamado País Basco no território espanhol. Seu posicionamento tem sido validado para ofuscar da imprensa internacional a questão regional independencionista (ou “autenticamente” nacionalista) e as ações do grupo ETA, forjando um clima de arrefecimento do estado de tensão na região, bem como, servindo como um elemento de inclusão econômica de mais cidadãos. Com a expectativa de elevação de renda dos mesmos, tenta-se também reduzir a sensação e a idéia de que a saída para o desenvolvimento regional é só através da independência basca da Espanha.

Este tipo de aplicação (ou desvio) merece ser estudado com profundidade, visto a formação de uma funcionalidade geopolítica cultural com a atuação e direcionamento de mercado pelas agências de viagens. A venda de imagem também alimenta afirmações geopolíticas de determinadas civilizações

“Na cartografia do turismo... reproduz-se a apologia da atração por uma imagem competitiva com forte teor de afirmação ideológica, filosófica ou econômica”.⁹

Tentamos aqui alertar para a criação um tipo de geopolitização do turismo no mundo, ou uma apropriação das imagens que o turismo conduz (e produz) pelos projetos espaciais de poder. É a forma espacial de uma ordem civilizatória que é vendida como lazer e entretenimento, mas consumida também como encantamento político-econômico, servindo como um vetor à serviço da afirmação sócio-política de uma classe dominante, seja em âmbito regional, estadual, nacional ou de toda uma civilização como entidade cultural.

Ocorre que na história da humanidade, enquanto história da afirmação das civilizações, há sempre algum centro gerador de sua organicidade, a tal ponto de agir como um fator hegemônico no processo de singularização. Por certo há várias acepções sobre o entendimento do que vem a ser uma civilização, estando sempre atrelada à cultura, ou seja, aos “... valores, as normas, as instituições e os modos de pensar aos

⁹ HUNTINGTON, Samuel P. **O Choque de Civilizações – e a recomposição da ordem mundial**. Tradução de M. H. C. Côrtes. São Paulo: Editora Objetiva, 1999.

quais sucessivas gerações numa determinada sociedade atribuíram uma importância fundamental”¹⁰

A apropriação de um dado lugar pelo turismo impõe uma nova lógica ao uso do território desse lugar. Ao uso cotidiano soma-se o uso efêmero desses espaços e a inserção dessa nova atividade econômica na vida do lugar impõem-lhe transformações, uma adaptação à nova realidade em construção.¹¹

Finalmente, consideramos que a tendência é que se esteja instalando pelo turismo um novo vetor estratégico de configuração territorial na entrada deste século e, além da escala de desenvolvimento local alternativo, atinja também a escala internacional no que concerne a um posicionamento político diante dos ditames da ordem mundial. Em outras palavras, a gestão da soberania territorial poderá ser avalizada ou “atacada” pela aplicação de um turismo sustentável e incorporativo de etnias minoritárias ou grupos sociais marginalizados.

A manipulação de imagens de “solidariedade” ou outras razões de indignação inter-racial pelos usos considerados inadequados dos recursos naturais ou de capital humano, tendem a ser cada vez mais capitaneados pelas grandes forças econômicas e políticas, recriando no turismo uma nova oxigenação do código de poder regionalista ao jogo do poder internacional em nome dos direitos humanos ou da preservação da biodiversidade ou multiculturalidade.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Lucio Flavo M. A abordagem geopolítica no final do século XX: novos e velhos paradigmas. **Boletim Goiano de Geografia**. Vol. 17, nº 2. Goiânia:UFG, 1997.
- AQUINO, Rubiim S.; ALVARENGA, Francisco J.; FRANCO, Denize A.; LOPES, Oscar Guilherme. **Histórias das Sociedades: das sociedades modernas às sociedades atuais**. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1983.
- BECKER, Bertha K. No início do século 21, a geopolítica do *poder*. **Unb Revista**. Ano I, nº 2. Brasília: Editora Unb, abr./mai./jun. 2001, p. 34-36.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

¹⁰ KÜHN, Thomas S. **The Structure of Scientific Revolutions**. Chicago: University of Chicago Press, 1962, p. 17-18.

¹¹ CRUZ, Rita de Cássia. Políticas nacionais de turismo e outras políticas setoriais: uma abordagem centrada no território. **Política de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2000, p. 47.

COSTA, Wanderley Messias da. **Geografia Política e Geopolítica**. São Paulo: Edusp, 1992.

KENNEDY, Paul. **Ascensão e Queda das Grandes Potências: transformação econômica e conflito militar de 1500 a 2000**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

NOGUEIRA, Carmen Regina Dorneles. Turismo, Integração e Desenvolvimento Regional. **Espaço, Turismo e Desenvolvimento**. Departamento de Geografia e Programa de Pós-Graduação em Geografia. – Ano 3, nº 1. Brasília: Unb, 2000.

TODOROV, Tzvetan. **A Conquista da América: a questão do outro**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

VESENTINI, José William. **Novas Geopolíticas**. Coleção Caminhos da Geografia. São Paulo: Contexto, 2000.