

PRISCILA GAYER

**MEDIAÇÕES CULTURAIS E A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO ESPAÇO
URBANO: FORMALIDADES DO OLHAR TURÍSTICO SOBRE A CIDADE DE
BUENOS AIRES**

Dissertação apresentada como requisito para
obtenção do grau de Mestre em Turismo pelo
programa de pós-graduação em Turismo,
formação *Stricto Sensu*, da Universidade de
Caxias do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Rafael José dos Santos

Caxias do Sul

2008

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G286m Gayer, Priscila
Mediações culturais e a experiência turística no espaço urbano: formalidades do olhar turístico sobre a cidade de Buenos Aires. / Priscila Gayer. – Caxias do Sul, 2008.
290 f.

Dissertação (Mestrado em Turismo) – Faculdade de Turismo, Universidade de Caxias do Sul.
Orientação: Prof. Dr. Rafael José dos Santos.

1. Turismo Cultural. 2. Mediações Culturais.
3. Experiência Turística. 4. Atrativo Turístico.
5. Espaço Urbano. 6. Buenos Aires - Turismo.
I. Título.

**CDU 338.48
379.85(82)**

Ficha elaborada pela bibliotecária Cíntia Borges Greff CRB 10/1437

Agradecimentos

ao meu orientador, por “segurar a barra”, pelas críticas e discussões produtivas, por apontar os caminhos possíveis e, acima de tudo, pela liberdade que me dera para trilhá-los a meu modo;

aos amigos que me acompanharam nessa aventura; principalmente aos distantes, sempre presentes;

a minha família, por ser o lugar onde a felicidade está nas coisas simples, onde os títulos não são necessários para que haja admiração e respeito e onde o amor é possível em meio às diferenças.

Certamente há uma poesia sem palavras que circula pelos *ares* de Buenos Aires. É feita de uma inspiração cotidiana que nos toca e leva com ela algo nosso, porque nos transforma.

Somos então metáfora; transcendência da palavra crua. Fazemos parte de um espaço onde há significados que podemos alcançar, mas que não se enquadram nos limites do dizer; sentidos que podemos sentir, mas que não somos capazes de contar.

Talvez já sejamos, aí, nós mesmos, sentido performado. Sejamos, também, essa poesia solta pelos *ares* de Buenos Aires.

RESUMO

Inicialmente, é apresentado um debate sobre as *Mediações Culturais* e suas implicações nos processos de construção de sentido. Entendido enquanto universos simbólicos que orientam as interpretações e projeções práticas dos sujeitos sobre o mundo que o cerca, o conceito de *Mediações Culturais* e a reflexão acerca das características da experiência turística vêm a compor os princípios teóricos que permitem pensar: *em que medida as representações sociais de atrativo turístico influenciam nos sentidos atribuídos ao local, tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem?*

Diante dessa problemática, o método da Análise de Discurso é utilizado para desvelar os pilares simbólicos sobre os quais se ergue o conceito de Atrativo Turístico. Nesse processo analítico, a concepção de atratividade do espaço urbano é revelada. Uma concepção que remete a sentidos fluídos, diante dos quais a palavra torna-se insuficiência representativa, solicitando uma narrativa interpretativa alicerçada em outras formas expressivas. Finalizando, assim, com o aporte da antropologia visual e a constituição de uma narrativa imagética sobre a atratividade de Buenos Aires.

Palavras-chave:

Mediações Culturais. Experiência Turística. Atrativo Turístico. Espaço Urbano. Buenos Aires.

ABSTRACT

The first subject introduced is concerned with the *Cultural Mediation* and its concrete implications in the structuring of meaning process. Throughout the theory's arrangements presented, the *cultural mediations* are understood as symbolic boundaries which shape people's conceptions and actions. In addition to this perspective, the discussion of tourist experience's characteristics is articulated to develop a theoretical ground in order to raise the main research problem. Thus, the investigation proposal set aims at elucidating *the influence's dimension of the Social Representation of Tourist Attraction in the meanings produced by the tourist and by the ones who produce the tourist interpretation about the place to be lived in the tourism context.*

Regarding these issues, the symbolic background that feeds the conception of tourist attraction was brought to light. The Discourse Analysis was fundamental to achieve this result and, beyond it, the method used permitted another concept to be found out: the urban space attractivity. This last term express the fluid meanings existents in everyday life, the ones which words can not fully reach. Due to the word's insufficiency to symbolize this sort of significance, the image is applied as a proper resource to expose the attractivity of Buenos Aires and, for that matter, the Visual Anthropology is worthy.

Keywords:

Cultural Mediation. Social Representation. Tourist Attraction. Urban Space. Buenos Aires.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1 PROBLEMATIZANDO.....	12
1.1 A Condição Complexa de um Fenômeno Multifacetado.....	12
1.2 Experiência: Processualidade e Expressão.....	16
1.3 Experiência Turística: um Processo de Construção de Sentidos sobre o Exótico.....	26
1.4 As Mediações Culturais nas Relações Intersubjetivas da Experiência Turística.....	33
1.5 A Teoria das Representações Sociais (R.S).....	43
1.5.1 Um Conceito Posto em Movimento.....	46
1.5.2 O Processo, o Produto e o Espaço de Gênese das Representações Sociais.....	57
2 METODOLOGIA DE PESQUISA E CORPUS TEÓRICO DE ANÁLISE.....	64
2.1 Sobre o Universo em Análise.....	68
2.1.1 Ciudad Autónoma de Buenos Aires	69
2.1.1.1 A Complexidade do Espaço Urbano.....	76
2.1.2 Os Produtos Turísticos: Recortes sobre a Complexidade do Espaço Urbano	84
2.1.2.1 O Recorte Turístico sobre Buenos Aires e as Especificidades dos Produtores.....	100
2.1.2.1.1 Viajar Hoy	102
2.1.2.1.2 Audio Guía Móvil.....	103
2.1.2.1.3 Viagem e Turismo.....	103
2.1.3 Mediações Culturais no Olhar dos Consumidores Gaúchos Porto-Alegrenses.....	104
2.2. Aporte Metodológico de Análise e Técnica de Coleta de Expressões.....	108
2.2.1 Entrevista em Profundidade.....	109
2.2.2 O Dispositivo de Análise.....	110
3 INTERPRETANDO INTERPRETAÇÕES.....	117
3.1 Dos Produtores.....	118
3.2 Aos Consumidores.....	135
3.3 A Construção Visual de um Conceito.....	158
3.3.1 A Atratividade do Espaço Urbano: Buenos Aires	167
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	225
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	231
ANEXO.....	243

INTRODUÇÃO

O fenômeno do Turismo tem seus antecedentes ancorados no cenário das transformações geradas pela Revolução Industrial e pelos ideais Iluministas, pelas quais atravessava a Europa no século XVIII. Nesse período foram impulsionadas as viagens chamadas de *Grand Tour*, as quais foram intensificando-se até o final do século XIX, seguidas pelas tendências do termalismo, cassinismo e paisagismo. Em 1840, Thomas Cook foi o primeiro agente de viagens, o criador do pacote turístico. Após a II Guerra Mundial o Turismo ganhou proporções maiores, dando início ao período do Turismo de Massa (REJOWSKI, 2002). Apesar dessa longa trajetória, os estudos voltados para o Turismo começaram a ser realizados de forma significativa entre as décadas de 1930 e 1950, quando o seu caráter econômico passou a ser vislumbrado.

Se em um primeiro momento o Turismo fora concebido apenas enquanto uma atividade econômica, no contexto científico atual, esse já é considerado como um fenômeno complexo produzido nas interfaces das esferas social, cultural, política, comunicacional, econômica e ambiental. Contudo, alguns dos saberes acadêmicos são produtos das sistematizações dos conhecimentos do senso comum que antecederam as reflexões teóricas. Desse modo, não sendo realizada uma desconstrução crítica desses saberes práticos.

Um exemplo dessas sistematizações encontra-se na formulação do conceito de atrativo turístico, o qual abarca um repertório de instâncias consideradas como de interesse turístico, mas não chega a desmascarar os valores que estão por debaixo da categorização que traz à luz esses determinados elementos. Nesse sentido, aí reside uma das principais contribuições desse trabalho. Através do questionamento central, um dos objetivos traçados está voltado para a tentativa de tornar visível o espaço simbólico por meio do qual são identificados como atrativo turístico determinados elementos em detrimento de outros. A constituição da problemática não parte de um propósito inserido dentro do campo da epistemologia do Turismo, porém o tangencia quando a análise vai da produção à recepção almejando compreender o papel mediador de um dos conhecimentos do senso comum

mascarados como científico pelas sistematizações acadêmicas: as Representações Sociais de atrativo turístico. Sendo, portanto, necessário dispor de um olhar crítico sobre os estudos do Turismo e seus conceitos centrais, buscando aqui os valores paradigmáticos não-sabidos sobre os quais se forma o repertório de instância que compõe, de modo sistematizado, a concepção de atrativo turístico.

A temática abrangente, *As Mediações Culturais na Experiência Turística e o Processo de Construção de Sentido*, é aprofundada no primeiro capítulo, culminando na formulação da proposta de investigação final. Para isso, são apresentadas as condições complexas do Turismo, indicando a processualidade da experiência, intrínseca a esse fenômeno, como um lugar de pesquisa onde se poderia problematizar as relações entre os sujeitos visitantes e visitados, assim como as interações desses com os produtos e produtores do Turismo. Dessa forma, a processualidade da experiência torna-se central na medida em que nela estão contidas as inter-relações entre os sujeitos e o social, por entre as quais os sentidos circulam e outros são produzidos. Ou seja, na processualidade da experiência estariam situados esses entre-lugares onde operam as mediações culturais e se realizam os processos de construção de sentidos. A perspectiva da Antropologia da Experiência, a visão sociológica sobre a construção social da realidade e as concepções sobre a dimensão pública da cultura foram articuladas com a finalidade de adentrar nas especificidades desses processos de produção de sentido, do caráter mediador da cultura e da inserção desses na experiência. Em seguida, foi introduzida uma discussão sobre a experiência turística e o universo simbólico que envolve o fenômeno como um todo, com a finalidade de repensar os processos evidenciados no contexto específico da experiência turística.

Marco teórico-metodológico que vem a contribuir com o quadro científico dos estudos do turismo no que diz respeito à abordagem da experiência turística, sobre a qual o foco investigativo ainda se apresenta insuficiente. Nesse estudo, a experiência turística é vista como um espaço metodológico-estratégico, onde o pesquisador, de acordo com os propósitos de sua pesquisa, situa-se em determinados pontos – nos momentos que antecedem a experiência, na processualidade, no pós-experiência – visando às características do seu problema e de que forma esses diferentes contextos abarcam e orientam o desenvolvimento dessa¹.

A partir dessas reflexões, tendo em vista a multiplicidade de mediações simbólicas inerentes ao Turismo, foi escolhida a Representação Social de atrativo turístico como objeto

¹ Discussão que fora desenvolvida no artigo apresentado na VII RAM, intitulado *Um Lugar Metodológico para os Estudos dos Processos Culturais no Fenômeno do Turismo: a Experiência Turística sob a Perspectiva da Antropologia da Experiência* (GAYER, 2007-b).

central da investigação. Desse modo, ficou como problema norteador da pesquisa a seguinte questão: *em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico, enquanto parte constitutiva da mediação simbólica inerente ao Turismo que direciona os olhares interpretativos sobre o local no contexto da experiência turística, influenciam nos sentidos atribuídos ao local tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem?*

Diante de tais demarcações e propósitos, o espaço de investigação, os objetos a serem analisados, assim como o universo onde se situam, foram identificados. Assim, foi escolhida a cidade de Buenos Aires como estudo de caso; foram eleitos como material de análise os discursos interpretativos sobre a capital argentina, partindo das interpretações turísticas produzidas pelos produtores do Turismo e chegando às percepções dos turistas gaúchos porto-alegrenses sobre Buenos Aires. Outros aportes teóricos foram explorados no que tange à coleta das expressões discursivas e ao tratamento analítico dado a essas, envolvendo respectivamente a Entrevista em Profundidade e a Análise de Discurso. Em meio a esse segundo momento de discussão teórica, sempre visando a uma práxis investigativa, foram criadas categorias de análise fundamentais. Dentre elas, está a concepção complexa do espaço urbano, a qual permite visualizar os limites que o conceito de atrativo turístico implica nos recortes que os produtores do Turismo realizam sobre o local, a fim de constituírem os atrativos turísticos, os quais são essenciais na composição da cidade embalada para o consumo através do Turismo. Nesse momento, ocorreu igualmente um resgate teórico do conceito de atrativo turístico.

Diante desse arcabouço teórico, em meio à análise é demonstrado como a mediação simbólica da Representação Social de atrativo turístico designa a forma dos sentidos construídos, apresentando influências práticas na materialidade discursiva, onde estão alicerçadas as interpretações dos produtores. Da mesma forma, demarca brevemente as implicações desse universo simbólico nas práticas de produção e planejamento do Turismo de modo amplo e a forma como, em decorrência da projeção do Turismo sobre o espaço, a cidade vai sendo transformada e produzida a partir desses cânones simbólicos. Aí reside uma das contribuições fundamentais dessa pesquisa, visto que permite compreender os sentidos não-ditos que orientam as práticas turísticas, convidando a novas reflexões sobre essas formas de fazer do Turismo na medida em que um de seus conceitos centrais é desconstruído. A análise vem a confirmar a hipótese de Marc Boyer (2003) acerca da reprodução dos valores românticos, sobre os quais se concebe a categorização de atrativo turístico.

Também, fica indicada uma insuficiência representativa gerada nos sentidos expressos nas interpretações turísticas sobre o urbano em decorrência do fato de a dimensão valorativa que envolve a concepção de atrativo turístico não ser capaz de abarcar a complexidade desses espaços, múltiplos nas suas temporalidades e espacialidades, nos seus fixos entrelaçados por seus movimentos. Ainda, aponta para a complexidade dos sujeitos, a qual permite a transgressão das propostas mercadológicas de segmentação dos produtos e consumidores. Porém, é importante considerar o compartilhamento das Representações Sociais de atrativo turístico entre consumidores e produtores, visto que os sujeitos ainda consomem as interpretações turísticas e reconhece a existência de um valor nos pontos identificados como de interesse turístico.

Finalmente, um contraponto conceitual às Representações Sociais de atrativo turístico, surgiu a concepção de atratividade, a qual remete a sentidos que circulam no âmbito social alicerçados em outras possibilidades expressivas: os trajés, os gestos, as formas de praticar o idioma, as relações e projeções dos corpos no espaço, os usos e ressignificações através do movimento cotidiano. Portanto, diante dos limites da produção de sentidos alicerçada na palavra, a presente pesquisa finaliza com uma investigação antropológica, na qual uma narrativa imagética é desenvolvida, objetivando dar visibilidade a esse universo simbólico. Sem a intenção de concluir os sentidos que compõem a atratividade do espaço urbano, visto que eles também circulam pelos sons da cidade e outros elementos frente aos quais a imagem figurativa é insuficiência representativa, a reflexão sobre esses sentidos fluídos que complexificam o espaço urbano é suscitada.

1 PROBLEMATIZANDO

Esse primeiro capítulo representa um esforço reflexivo no intuito de constituir a problemática central. Para isso, a complexidade do fenômeno do Turismo é apresentada de modo a justificar a escolha da experiência turística como espaço fecundo para a problematização acerca das *Mediações Culturais e o Processo de Construção de Sentido*. Em seguida, as características da experiência, de modo amplo, são discutidas por meio das teorias da Antropologia da Experiência. Dentro desse debate, o caráter mediador da cultura é apresentado. Após, são trazidas à tona as especificidades da experiência turística para que o foco da problemática seja realizado: *em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico, enquanto parte constitutiva das mediações simbólicas inerentes ao Turismo que direcionam os olhares interpretativos sobre o local no contexto da experiência turística, influenciam nos sentidos atribuídos ao local tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem?* Por fim, os pressupostos teórico-metodológicos das Representações Sociais são apresentados.

1.1 A Condição Complexa de um Fenômeno Multifacetado

Delimitar o recorte a ser problematizado requer compreender a amplitude de possibilidades investigativas que a complexidade do Turismo oferece, assim como os limites que o seu campo teórico, ainda em construção, impõe. A compreensão científica do Turismo vem sendo realizada nos últimos trinta anos sob a luz de diferentes paradigmas – sistêmico, fenomenológico, estruturalista, complexo – resultando em distintas apreensões (PANOSSO NETTO, 2003; JAFARI, 1992). No entanto, segundo Alexandre Panosso Netto (2003), o Turismo ainda não se constitui enquanto uma ciência, apesar da ânsia dos teóricos em construir uma base epistemológica capaz de explicar o “fenômeno turístico por meio de uma teoria que articulasse as suas (multi) facetas” (2003, p. 57). Esse breve contexto demonstra a complexidade do Turismo e das condições de produção científica no que diz respeito a uma escolha paradigmática por meio da qual seja possível tratar tal fenômeno.

Considerando esse panorama, minha percepção sobre a complexidade do fenômeno Turístico emana de duas vertentes, que ora se aproximam no que tange às múltiplas faces do Turismo, representativas da sua complexidade, e ora se distanciam no que diz respeito à

escolha dos paradigmas. Barretto (1995) defende a corrente fenomenológica visando à retomada da dimensão humanística do fenômeno. Tendo em vista que a fenomenologia coloca o sujeito no centro do objeto (PANOSSO, 2003) realizar-se-ia, dessa forma, um contraponto à visão economicista empregada nos primeiros estudos, os quais se centravam no mercado e na esfera econômica do Turismo (BARRETTO, 1995). Por outro lado, Moesch (2000) defende que tanto a fenomenologia quanto o funcionalismo² seriam insuficientes para apreender a totalidade do fenômeno turístico. Sendo assim, Moesch propõe o aporte paradigmático da dialética histórico-estrutural, a partir do qual devem ser consideradas tanto as questões objetivas quanto as subjetivas, entrelaçadas por uma relação dialética. Mesmo diante das divergências paradigmáticas que orientam a produção do conhecimento, o que me chama atenção nessas duas teóricas é a advertência que ambas fazem à complexidade do Turismo.

Moesch (2000), ao desvelar os paradigmas que vinham determinando o conhecimento do Turismo, critica os limites disciplinares impostos pela lógica cartesiana, mencionando a emergência de um tratamento interdisciplinar nos estudos do Turismo. Em vista disto, que esses não fossem mais concebidos enquanto subdisciplina das demais ciências. Essa real disjunção das pesquisas voltadas para o fenômeno turístico teria gerado um conhecimento dissociado e insuficiente para abarcá-lo na sua totalidade. Para além da característica econômica, o Turismo teria caráter múltiplo, constituído das esferas cultural, social, política, histórica, comunicacional. Nesse sentido, seu tratamento científico não poderia situar-se isolado nos limites das fronteiras cartesianas que delineiam as ciências. Diante desse pressuposto, seriam estabelecidas as relações existentes entre as múltiplas facetas.

A interdisciplinaridade, fundamental à análise do turismo como fenômeno social, cultural, comunicacional, econômico e subjetivo, avança as fronteiras de uma única disciplina ou de um único campo do saber (MOESCH, 2000, p. 14).

Margarita Barretto e Mirian Rejowski lançam uma discussão acerca das interfaces do Turismo na introdução da obra *Turismo: interfaces, desafios e incerteza* (2001). Proposição que vem ao encontro da advertência realizada por Moesch (2000) sobre a necessidade de um conhecimento interdisciplinar para de tratar o fenômeno turístico de modo complexo.

O estudo do turismo permite verificar que suas fronteiras com outros fenômenos sociais empiricamente observáveis são muito difusas, e que igualmente o são as fronteiras disciplinares para seu estudo. Também são múltiplas as ciências

² A pesquisadora critica em sua pesquisa a perspectiva fenomenológica dos trabalhos de Centeno e o funcionalismo que marca as teorias de Fuster.

sociais aplicadas que concorrem para que o fenômeno turístico aconteça, havendo fronteiras compartilhadas com uma série de outras atividades do homem em sociedade (BARRETTO; REJOWSKI, 2001, p. 12).

Diante das diversas interfaces, Barretto e Rejowski (2001) adotam o conceito de fronteiras compartilhadas. Fundamentadas nesse referencial, acreditam que as diferentes áreas do conhecimento entrecruzar-se-iam em determinados momentos, compartilhando saberes. Nesse sentido, a problematização que aqui pretendo desenvolver perpassará diversos entrecruzamentos de saberes. Situar-me-ei nesses lugares teóricos estratégicos, cruzados por múltiplos olhares, com a finalidade de admitir a complexidade do Turismo.

Nesse estudo, o Turismo constitui-se enquanto um fenômeno social construído historicamente. Esse fenômeno torna-se complexo na medida em que diversas instâncias da vida interagem na sua produção. Dentre as diversas interpretações do fenômeno, Jaques A. Waimberg (2003) chama atenção para o seu caráter comunicacional, pois desejos são suscitados através da comunicação, incentivando a locomoção dos sujeitos e contribuindo para a reprodução das imagens e dos imaginários que circunscrevem o Turismo. Instigados, indivíduos saem de suas casas em busca da realização da experiência idealizada. Assim, o Turismo é produzido por pessoas que se locomovem, os turistas; e para além deles - pela rede de serviços turísticos que possibilita o deslocamento dos fluxos e sua permanência nos destinos; pelas políticas e ações públicas de planejamento turístico; pela comunidade a ser visitada, considerando que sua cultura e seu espaço social e natural são o substrato para a criação dos atrativos turísticos e que a vontade de tornar-se uma comunidade turística é imprescindível para que haja uma relação harmoniosa entre visitantes e visitados; pelas condições sociais, culturais e ambientais nas quais o fenômeno é desenvolvido.

Pautando esse contexto dentro da experiência turística a partir de um olhar fenomenológico, chamando atenção para os turistas e os não turistas que vivenciam o processo turístico, Panosso Netto (2005) demonstra a intrínseca relação entre o Turismo e a experiência que esse fenômeno engloba.

[...] o turista como um ser histórico. Não um ser acabado, mas um ser em contínua construção, em contínua formação. O Turismo, por sua vez, é experiência. É experiência no momento em que se constrói este “ser” turista. [...] Essa experiência é fenômeno [...] “Que tipo de fenômeno é o Turismo?”. Pois bem, sabemos que o turismo envolve seres que são turistas, seres que não são turistas, seres que podem “vir-a-ser” turistas, e seres que já foram turistas; [...] Então podemos dizer que o Turismo é um fenômeno de [diferentes] experiências vividas [...] O fenômeno é o mesmo e não pode ser fragmentado para estudo, devendo ser visto como um todo conexo. Assim, cada ser experiencia e historiciza de maneira diferente o seu viver que envolve o turismo (PANOSSO, 2005, p. 29 e p. 30).

Dessa forma, o autor extravasa a visão sistêmica de Beni (2001). Dentro da dimensão da experiência turística poder-se-ia problematizar diferentes aspectos do fenômeno turístico por meio de uma análise centrada nos sujeitos que, de alguma forma, o experienciam. Assim, Panosso Netto finaliza essa discussão colocando em evidência o sujeito como o objeto de estudo do fenômeno turístico, pois esse seria “o responsável único pela configuração do que chamamos fenômeno turístico. Sem ele interagindo com a infra-estrutura turística e com as empresas do setor, temos apenas um *fato* turístico” (2005, p. 31).

Tendo em vista a pluralidade paradigmática, gostaria de ressaltar que, mesmo sendo possível compreender o fenômeno turístico a partir dos sujeitos que o produzem, ainda é fundamental considerar a relação dialética que esses estabelecem com as condições histórico-socioculturais em que estão inseridos. Nesse sentido, pensar a partir dos apontamentos de Panosso (2005) não significa restringir-se a uma análise dos sujeitos sob o enfoque da fenomenologia, buscando uma essência subjetiva. O paradigma da complexidade (MORIN, 2002) que orientará a mirada aqui posta sobre a problemática central, permitindo pensar tanto as questões objetivas quanto as subjetivas.

Analisando as principais questões expostas por Morin (2002), o paradigma complexo contrapõe-se ao pensamento cartesiano, buscando retomar a complexidade perdida na fragmentação da vida e na separação do conhecimento em disciplinas, na busca de verdades absolutas e quantificadas ou quantificáveis, as quais resultam em um entravamento ao progresso do conhecimento a partir da rigidez dos sistemas de idéias. Utilizar-se-á a dialógica (inter-relação, diálogo), a dialética (síntese, antítese e tese), os princípios sobre o hologramático (o todo está na parte, assim como a parte está no todo), o recursivo (aquilo que é produto também é produtor daquilo que o produz) e de auto-eco-organização, assim como os metapontos de vista capazes de transpor os limites sociais, culturais, históricos, lógicos, reconhecendo as incertezas, ambigüidades, antagonismos e até mesmo a suspeita e superação das próprias idéias. Tendo em vista esses princípios, o indivíduo é tomado enquanto um sujeito social, cuja autonomia permite reformular a sociedade na qual se constitui e, nesse jogo complexo, na medida em que a produz, nela se constitui. Portanto, através de um pensamento complexo a dicotomia entre sujeito e sociedade, estabelecida no pensamento cartesiano, é superada.

Esse posicionamento paradigmático possibilita tratar o Turismo de forma complexa, considerando as interfaces entre as diferentes instâncias produtoras que o caracterizam como um fenômeno social, cultural, político, histórico, econômico, comunicacional, espacial, etc. e

que envolve relações intersubjetivas (o sujeito e o mundo externo). No mundo externo ao qual me refiro figuram os objetos socialmente construídos e os outros sujeitos que compõem o social. Essa junção de indivíduos representa mais do que a soma das individualidades, visto que há um compartilhamento e uma produção comum de um universo simbólico que atribui ao social características próprias, quer sejam atribuídas aos agentes sociais coletivos, quer sejam concedidas à materialidade socialmente construída. Assim, partindo desse pressuposto, assumo o sujeito enquanto um ser social e, do mesmo modo, concebo a esfera social enquanto um produto passível de ser recriado através da autonomia do indivíduo. Discussão que será aprofundada no decorrer do trabalho.

Diante desses princípios paradigmáticos, a experiência turística será um espaço fértil para a construção da problemática central, uma vez que representa o lócus onde diferentes aspectos do fenômeno turístico poderão ser problematizados considerando suas múltiplas facetas e inter-relações, mas, em específico, por ser constituída pela temporalidade processual em que são possíveis as relações intersubjetivas, nas quais estão situadas e são reformuladas as mediações simbólicas dos processos de construção de sentido que influenciam as formas de significar o local vivenciado. Portanto, vejo na processualidade da experiência turística um local fértil para desenvolver a temática sobre *as mediações culturais dos processos de construção de sentido sobre o local vivenciado no contexto do fenômeno turístico*.

1.2 Experiência: Processualidade e Expressão

Penso ser imprescindível buscar a natureza conceitual da experiência de modo geral para, após, abraçar as suas especificidades. As discussões teórico-metodológicas do campo da Antropologia da Experiência, reunidas em *The Anthropology of Experience (1986)*, cujo precursor foi Victor Turner, inspirado nos pensamentos de Wilhem Dilthey sobre a experiência, têm por objetivo compreender como os sujeitos experienciam sua cultura, como os eventos são recebidos pela consciência e quais os caminhos metodológicos que permitem alcançar essas problemáticas. As teorias apresentadas na obra clássica da sociologia do conhecimento *A Construção Social da Realidade (1998)*, de Peter L. Berger e Thomas Luckmann, serão articuladas à visão antropológica a fim de aprofundar teoricamente o processo de construção da realidade que envolve o experienciar.

Partindo da perspectiva antropológica, uma experiência (*an experience*) representaria um quadro determinado dentro da totalidade da vida. Para Dilthey (apud BRUNER, 1986), a vida seria um fluxo temporal, uma processualidade (*a temporal flow*) na qual estariam dispostos o acúmulo das vivências de um sujeito e o seu desenvolvimento. Tendo em vista o caráter incessante da vida, as experiências seriam recortes específicos desse processo. Nesse sentido, toda experiência teria seus antecedentes e não se esgotaria nos limites do enquadramento aplicado pelo sujeito para determinar seu início, meio e fim. A questão que se coloca desde esse ponto reporta ao momento em que um acontecimento qualquer ou uma sucessão de fatos torna-se uma experiência estruturada e repleta de sentidos. Para compreender essa problemática, é posta como premissa conceitual a diferenciação entre as categorias Real, Realidade, Experiência e Expressão.

O Real (*life as lived*) seria a objetividade do mundo sem a apropriação social – o que quer que ele seja, pois essa objetividade “pura” não é acessada pelo indivíduo diretamente, mas sim tocada por meio de mapas simbólicos que o sujeito dispõe através da socialização, os quais permitem compreender e construir esse real enquanto uma realidade própria daquele contexto de produção. De outro modo, o indivíduo constrói a realidade por meio de códigos socioculturais que compõem seus mapas simbólicos. Esses universos simbólicos, no qual o indivíduo encontra subsídio referencial para construir uma interpretação do real, constituem-se no bojo das relações sociais, dentro de uma perspectiva histórico-sociocultural determinada. Portanto, esses mapas são adquiridos através da socialização, são partilhados socialmente e operam nas formas como indivíduo vê e se relaciona com os elementos ao seu entorno – os outros sujeitos, o corpo social e a materialidade socialmente produzida, ou seja, atribuída de sentido e uso. O conteúdo simbólico referencial que medeia as relações intersubjetivas é constituído por um conjunto de valores, significados, imagens, representações, estereótipos, experiências e sensações passadas referenciais, assim como pela dimensão fluída da cultura³.

Neste ponto, o conceito de cultura apresenta-se latente. Com a finalidade de pontuar explicitamente esse conceito, numa abordagem ampla, entende-se por cultura “a forma que caracteriza o modo de vida de uma comunidade em seu aspecto global, totalizante” (COELHO, 1999, p. 103). De maneira específica,

a cultura é o conjunto dos comportamentos, saberes e saber-fazer característicos de um grupo humano ou de uma sociedade dada, sendo essas atividades adquiridas

³ Também, conceitualmente, denominada de imaginário por teóricos pós-modernos (MAFFESOLI, 2001).

através de um processo de aprendizagem, e transmitida ao conjunto de seus membros (LAPLANTINE, 2000, p. 120).

Roque de Barros Laraia apresenta a evolução das concepções intelectuais sobre a cultura e, ao expor as diferenças e aproximações conceituais do cenário moderno, afirma que “os antropólogos sabem de fato o que é a cultura, mas divergem na maneira de exteriorizar este conhecimento” (2003, p. 62). Portanto, sintetizando os diferentes pensamentos apresentados pelo autor, a cultura pode ser compreendida como: sistema cognitivo (sistema de conhecimento do sujeito), sistema estrutural (um universo simbólico cumulado na mente humana) e, finalizando com Geertz, sistemas simbólicos que não estão inseridos unicamente no indivíduo, como julgam as demais teorias, mas na relação de compartilhamento social. Assim, a cultura é um universo simbólico próprio dos membros de uma comunidade específica que dá sentido às práticas e, por ser partilhado, permite que os sujeitos que dela fazem parte reconheçam e compreendam uns aos outros (GEERTZ apud LARAIA, 2003).

Parafraseando Geertz (1989), a cultura seria pública e não privada. Refletindo sobre a etnografia, o teórico sustenta o caráter público da cultura exemplificando com a forma como os indivíduos reconhecem entre si os diferentes sentidos do ato de abrir e fechar o olho, discernindo a diferença entre uma piscada e uma piscadela. Nesse sentido, argumenta que a ação humana é atribuída de sentidos partilhados, o que faz com que aqueles que participam do fato o compreendam.

A cultura é pública porque o significado o é. Você não pode piscar (ou caricaturar uma piscadela) sem saber o que é considerado uma piscadela ou como contrair, fisicamente, suas pálpebras (GEERTZ, 1989, p. 9).

Ainda, o teórico critica a problemática que busca o lugar da cultura: ou na mente (sujeito), ou na conduta padronizada (objeto). Geertz sustenta que o etnólogo deve olhar a dimensão simbólica da ação social, posicionando-se no âmbito da interação, o entre-lugar por onde os sentidos circulam.

O que o etnógrafo enfrenta, de fato [...] [a cultura] é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e inexplícitas. [...] Embora uma ideiação, não existe na cabeça de alguém; embora não-física, não é uma identidade oculta. [...] Uma vez que o comportamento humano é visto como ação simbólica [...] o problema se a cultura é uma conduta padronizada ou um estado da mente ou mesmo as duas coisas juntas, de alguma forma perde o sentido. [...] O que devemos indagar é qual é a sua importância: o que está sendo transmitido com sua ocorrência e através da sua agência, seja ela um ridículo ou um desafio, uma ironia ou uma zanga, um deboche ou um orgulho (GEERTZ, 1989, p. 7-8).

Após o aporte de Geertz sobre o conceito de cultura, Laraia (2003) complementa sua apresentação teórica demonstrando como a cultura opera. A cultura seria uma lente através da qual o humano veria o mundo. Portanto, seria um espaço de mediação existente na relação intersubjetiva. Além disso, a cultura passaria de geração para geração de modo dinâmico, transformando-se ao longo do percurso processual histórico, uma vez que o sujeito constituiu-se pelo social, mas possui autonomia para transformá-lo. Logo, a cultura não seria algo engessado, mas em constante reformulação (LARAIA, 2003). Também, cada cultura teria sua lógica própria e os indivíduos participariam de diferentes modos da cultura na qual estão inseridos.

Dialogando com o campo antropológico, mas acreditando que a cultura não pode pertencer apenas a um campo de estudo, tendo em vista que ela constitui a vida social (GUARESCHI; MEDEIROS; BRUSCHI, 2003), sob a perspectiva das pesquisas situadas no campo dos Estudos Culturais a cultura também é significação. Nessa abordagem, a cultura é entendida enquanto prática social (formas, textos, arquitetura, mercadorias, arte) e, de forma universal, enquanto modos de vida (idéias, atitudes, práticas, línguas), ou seja, universos de significação situados em contextos históricos específicos (GUARESCHI; MEDEIROS; BRUSCHI, 2003). O que vem ao encontro da discussão antropológica apresentada acima. Sob o prisma dos Estudos Culturais, a cultura é entendida no âmbito simbólico como:

Prática de significação [...] com um aspecto mais ampliado a cultura abrange um âmbito maior de instituições e práticas, que não faziam parte de cultura, no sentido tradicional da palavra. O que isto sugere, é que cada instituição ou atividade social gera e requer seu *próprio universo* distinto de significados e práticas – sua própria cultura (GUARESCHI; MEDEIROS; BRUSCHI, 2003, p. 40).

O que os Estudos Culturais trazem para discussão no âmbito da cultura refere-se à relação dessa com as estruturas de poder, com a dominação, com a resistência e com a formação social (GUARESCHI; MEDEIROS; BRUSCHI, 2003). A discursividade das práticas é igualmente percebida, ou seja, toda prática social é dotada de sentido (um conjunto de práticas que produzem efeitos sobre o sujeito através do conteúdo simbólico comunicado, não necessariamente de modo verbal).

Toda ação social é *cultural*, todas as práticas sociais comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação. Os sistemas ou códigos de significado dão sentido às nossas ações, permitem-nos interpretar significativamente as ações alheias – eles constituem nossa cultura [... as práticas sociais] dependem e têm relação com o significado, tendo assim um caráter discursivo (GUARESCHI; MEDEIROS; BRUSCHI, 2003, p. 41).

Por suposição haveria um processo comunicacional, no qual existiria um universo simbólico partilhado, conforme evidenciado por Geertz (1989), que permitiria o reconhecimento dos sentidos das práticas entre aqueles que se relacionam. Nos Estudos Culturais, nesse processo interativo são analisadas as relações de poder, desencadeando debates sobre a hegemonia. Discussão realizada por Jesus Martín-Barbero (2003), em *Dos Meios às Mediações*⁴, ao propor o deslocamento da análise dos meios de comunicação às mediações (o espaço da cultura, em outras palavras) – “em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção [...] propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (BARBERO, 2003, p. 304). Esses lugares seriam as culturas, os universos simbólicos de significação que conformam as práticas sociais. Barbero propõe três lugares de mediação: a cotidianidade familiar (situação primordial de reconhecimento), a temporalidade social (dos rituais, da repetição, fragmentação e da rotina) e a competência cultural.

Tendo em vista que Barbero faz uma apresentação sucinta do conceito de mediação – apenas demonstra a partir dos processos socioculturais os problemas da comunicação na cultura – a conceitualização exposta por Nilda Jacks (1999) vem a ser complementar, na qual as mediações estariam situadas na relação estabelecida entre emissor e receptor, sendo essas, segundo a pesquisadora,

os elementos que compõe a urdidura na qual a trama cultural se realiza, pano de fundo para pensar a atuação dos produtos massivos e a compreensão da apropriação cultural feita pelo receptor. [...] Mediação pode ser entendida, portanto, como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o “espaço” que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção. (1999, p. 48).

Nessa última afirmação, Nilda Jaques situa a mediação entre o sujeito e o social. Longe de finalizar o debate acerca do conceito de cultura e seu papel social, neste estudo a cultura é entendida como um espaço de mediação estabelecido nas relações intersubjetivas. Portanto, a cultura representaria uma esfera pública que compreende universos simbólicos, os quais orientam as relações e as práticas discursivas ao atribuí-las de significado. Uma esfera partilhada na qual são travadas as lutas de poder, onde há o reconhecimento entre os sujeitos, onde se realiza a construção das identidades através da alteridade, onde estão alicerçados os

⁴ É importante observar que esta discussão está orientada à experiência televisiva.

processos de construção da realidade, onde o sujeito constitui-se enquanto social, também o lugar de produção e reprodução dos próprios universos simbólicos. Adotar a cultura como mediação é considerar a sua influência na processualidade da construção da realidade, a sua dimensão de partilhamento e o seu caráter de lugar de interação social. Dessa forma, fica delimitada *a dimensão mediadora da cultura nas relações intersubjetivas*.

Retomando a discussão voltada para a interpretação do mundo através do universo semântico mediador desse processo, o real seria a objetividade sem a apropriação social e a espera de uma interpretação, a qual é orientada pelo simbolismo partilhado socialmente e construído em uma dinâmica histórico-sociocultural específica. A realidade seria o mundo já apreendido, representaria uma construção social sobre a objetividade “pura”, sem significação social, que caracteriza o real – se é que ele existe sem significação humana. Assim, o real passa a existir socialmente enquanto uma realidade construída a partir das mediações culturais.

É dentro desse contexto que a sociologia do conhecimento busca compreender de que maneira a realidade é concebida (BERGER; LUCKMANN, 1998). Ou seja, pretende investigar a produção dos conhecimentos sociais construídos sobre a realidade, sejam eles científicos ou do senso comum. Nessa perspectiva, a apreensão da realidade ocorre na relação dialética entre a subjetividade e a objetividade (BERGER; LUCKMANN, 1998), através da qual ambos, sujeito e o mundo externo, são dinamizados e reformulados em decorrência da circularidade infundável da tese, antítese e síntese.

Diante desse debate acerca da construção da realidade e das relações dialéticas intrínsecas a esse processo, a vida como experiência (*life as experience*), na visão antropológica, refere-se à vivência da realidade, o real já apreendido, sem mais problematizações (BRUNER, 1986). Essa experiência caracteriza-se pela inserção contínua do sujeito no fluxo temporal da vida. Esse conceito pode ser relacionado ao contexto apresentado por Peter L. Berger e Thomas Luckmann (1998) sobre a vida cotidiana e a sua peculiar temporalidade. No cotidiano, os significados sobre a realidade já estariam constituídos. Nesse sentido, a experiência que aqui se remete implicaria na inserção do sujeito em um fluxo constante de situações não problemáticas, não estranhadas. Logo, *life as experience* envolveria a identificação das relações presentes na objetividade já conhecida. Desse modo, essa experiência não engendraria processos de construção de novos sentidos devido à falta de problematização ou estranhamento da realidade.

Enquanto as rotinas da vida cotidiana continuarem sem interrupção são apreendidas como não-problemáticas. Mas mesmo o setor não-problemático da realidade cotidiana só é tal até novo conhecimento, isto é, até que sua continuidade seja interrompida pelo aparecimento de um problema. Quando isto acontece, a realidade da vida cotidiana procura integrar o setor problemático dentro daquilo que já é não problemático (BERGER; LUCKMANN, 1998, p. 42).

O processo de atribuição de novos significados aos acontecimentos e instâncias do mundo externo acarretaria na transferência do indivíduo a uma consciência auto-reflexiva, o distanciando do plano *life as experienced* (BRUNER, 1986), em outras palavras, do fluxo temporal corrente.

Comparadas à realidade da vida cotidiana, as outras realidades aparecem como campos finitos de significação, enclaves da realidade dominante marcada por significados e modos de experiência demilitados. [...] Todos os campos finitos de significação caracterizam-se por desviar a atenção da realidade da vida contemporânea. Embora haja, está claro, deslocamento de atenção dentro da vida cotidiana, o deslocamento para um campo finito de significação é de natureza muito mais radical. Produz-se uma radical transformação na *tensão da consciência* (BERGER; LUCKMANN, 1998, p. 42-3) [grifo meu].

Portanto, a existência de situações não familiares e a busca de interpretações sobre essas viriam a distanciar o indivíduo do fluxo temporal por envolver momentos de reflexão. O processo de problematização da realidade sugere a auto-reflexão do indivíduo em busca de uma compreensão sobre a realidade exótica enfrentada, modificando a zona de contato com o real: de intersubjetivo para intra-subjetivo. Após a classificação, interpretação e compreensão da realidade, o sujeito retornaria da condição intra-subjetiva para restabelecer a relação intersubjetiva com o mundo, aproximando-se novamente da processualidade temporal da vida.

No contexto cotidiano o sujeito estaria experienciando o mundo situado em um presente marcado pelo movimento incessante de acontecimentos familiares, nos quais se insere sem muitos questionamentos. Por outro lado, a realidade problemática implicaria em uma reflexividade sobre o mundo incompreendido, levando o sujeito a distanciar-se da imersão no presente contínuo em decorrência da auto-reflexão que emprega para tornar familiar o exótico. Nesse sentido, haveria distintas temporalidades correlacionadas com diferentes *tensões de consciência*, usando a expressão de Berger e Luckamann (1998).

A temporalidade é uma propriedade intrínseca da consciência. A corrente da consciência é sempre ordenada temporalmente. É possível estabelecer diferenças entre níveis distintos desta temporalidade, uma vez que nos é acessível intra-subjetivamente [...] O mundo da vida cotidiana tem seu próprio padrão do tempo,

que é acessível intersubjetivamente. Nunca pode haver completa simultaneidade entre estes vários níveis de temporalidade. (BERGER e LUCKMANN, 1998, p. 45).

Partindo das premissas antropológicas, essas diferenças temporais ocorrem porque a vida é dinâmica, processual, logo inserida numa perspectiva cronológica que faz com que o momento presente já seja passado quando se pensa nele. O sujeito não poderia experienciar de forma auto-reflexiva a processualidade do presente marcado pela sucessão de fatos (*the flow*), visto que os instantes, quando observados, já se situam no passado (BRUNER, 1986). Tendo em vista que a reflexão sobre os acontecimentos inseridos nessa dinâmica implicaria em uma fixação do sujeito nos fatos ocorridos, a sucessão temporal (*flow*) não poderia ser observada momentaneamente, apenas vivenciada dentro do contexto familiar do indivíduo, logo, não problemático. Portanto, ao se deparar com situações problemáticas, desconhecidas, ou simplesmente ao problematizar a realidade, o indivíduo não estaria observando o presente, mas sim direcionando o olhar sobre o passado recente de fatos estranhados. Dessa forma, a imersão do sujeito na sucessão de acontecimentos seria interrompida por momentos de reflexividade – quando a mente toma “consciência de si própria”.

Em suma, na perspectiva da antropologia da experiência, *life as experienced* estaria relacionada aos momentos em que o ser está imerso no presente contínuo da processualidade da experiência. Todavia, a processualidade da experiência, no sentido do momento em que ela acontece (*flow*), contém relações intersubjetivas e intra-subjetiva. Esta última tensão de consciência seria acentuada nas experiências cujos acontecimentos fossem predominantemente exóticos/problemáticos. Por outro lado, a experiência do cotidiano seria marcada por uma relação de familiaridade do sujeito com o mundo de maneira a não levá-lo a um processo reflexivo intenso, imergindo no fluxo temporal. Então, diante das próximas categorias a serem debatidas, *expression* e *life as told*, há dois momentos intra-subjetivos que se diferenciam: o instante intra-subjetivo em que o sujeito busca compreender um fato estranhado isolado para, após, tornar familiar o exótico e retornar à relação intersubjetiva; o momento posterior a uma processualidade de acontecimentos específicos, no qual o indivíduo reflete sobre uma totalidade de fatos passados com a finalidade de estruturar uma experiência dotada de sentido e com início, meio e fim.

Chegando a terceira e última premissa conceitual, a *expressão* seria a representação dos sentidos construídos através do processo de reflexão sobre a experiência estruturada. Nesse processo, o olhar estaria sobre os fatos passados, os quais seriam articulados, recortados (determinação do ponto inicial e terminal, entre os quais estão inseridos os fatos

que compõe sua duração) e atribuídos de sentidos a partir de um processo intra-subjetivo sobre a própria experiência (*life as told*).

Assim, os pressupostos sobre a apreensão do real, a construção social da realidade, a experiência cotidiana, as diferentes *tensões da consciência* em relação aos graus de reflexão sobre a realidade problematizada e suas expressões ajudam a clarear o pensamento de Dilthey (apud BRUNER, 1986) ao diferenciar *mere experience* e *an experience*, complementado por Abrahams (apud GERTTZ, 1986) ao admitir *a typical experience*⁵. Instâncias conceituais que ajudam a compreender a maneira como uma experiência é constituída pelo sujeito enquanto algo significativo em sua vida.

O primeiro termo, *mere experience*, refere-se ao momento em que os fatos da experiência ocorrem dentro da sucessão corrente do tempo sem uma reflexividade profunda do sujeito sobre a totalidade da experiência (*life as experienced*). O indivíduo deixaria os fatos correrem sem ter consciência da estrutura da experiência que esses viriam a compor.

O segundo termo, *an experience*, remete ao instante em que o sujeito emprega uma reflexão sobre o processo ao qual fora submetido, articulando fatos passados e delimitando um início, meio e fim para a experiência. Desse modo, um enquadramento é aplicado na sucessão temporal da vida de modo a constituir uma experiência estruturada. Nesse momento o sujeito reflete sobre o que foi vivenciado e produz significados acerca da totalidade da experiência estruturada - não apenas reflexões com a finalidade de interpretar fatos desconhecidos isolados, mas sim visando a uma totalidade de acontecimentos que caracterizariam uma determinada experiência. Assim, forma-se a “estrutura da experiência”, através da qual os sentidos construídos tornam-se *expressões* a serem performadas e compartilhadas socialmente (*life as told*), uma vez que a *expressão* não seria um *texto* isolado, mas envolvente de uma atividade processual (*life as told*).

In this perspective an expression is never an isolated, static text. Instead, it always involves a processual activity, a verb form, an action rooted in a social situation with real persons in a particular culture in a given historical era (BRUNER, 1986, p. 7)⁶.

Ao relatar sua experiência aos outros, o sujeito empregaria uma análise sobre os acontecimentos e, ao atribuir sentido a esses, passaria a criar uma forma de expressão a ser

⁵ *Mere experience* (mera experiência); *an experience* (uma experiência); *a typical experience* (uma experiência típica).

⁶ Nessa perspectiva, uma expressão nunca é um texto estático e isolado. Ao contrário, sempre envolve uma atividade processual, um verbo, uma ação enraizada em uma situação social com pessoas reais, em uma cultura particular e em um contexto histórico dado [tradução].

compartilhada. A expressão seria a representação, a performance, a objetivação, o texto performado, o sentido posto em movimento.

Por fim, *a typical experience* seria a relação da experiência analisada com outras experiências referenciais, pertencentes aos mapas cognitivos, que permitem que aquela seja categorizada – uma experiência turística, uma experiência amorosa, por exemplo.

Considerando o caráter cognitivo da constituição de uma experiência significativa, a relação entre expressão e experiência é dialética, dialógica e recursiva (produto produtor): experiências estruturam expressões na medida em que a carga de experiências prévias de um sujeito está contida em seus mapas cognitivos, influenciando no processo interpretativo, na relação com o mundo e nas formas de expressão. Conseqüentemente, experiências marcam expressões que, por conseguinte, determinam as demais experiências por serem integrantes dos mapas simbólicos dos indivíduos, De outra forma, “experience is culturally constructed while understanding presupposes experiences” (BRUNNER, 1986, p. 6)⁷.

Esse contexto seria representativo de um círculo hermenêutico (DILTHEY apud BRUNER, 1986), no qual as expressões (textos, narrativas, mitos) envolveriam atividades processuais (ver ou praticar uma performance narrativa, mítica, ritualística) situadas em um contexto histórico-social específico, que ao serem praticadas (textos performados, narrativas contadas, mitos recitados) possibilitariam que o sujeito experienciasse o seu legado cultural, garantindo a reprodução e atualização da lógica cultural que orienta a maneira de experienciar dos sujeitos e de formular as expressões sobre o vivido.

Dentro dessas condições, a perspectiva antropológica sobre a experiência evidencia os processos de construção de sentido, sentimentos e expectativas. Dessa forma, as experiências tornar-se-iam conscientes não apenas verbalmente, mas também através de imagens e impressões. Ainda, a individualidade caracterizaria a experiência. Mesmo que essa seja reportada a outro sujeito, esse terá a sua experiência sobre a experiência daquele que comunica. Nesse sentido, a comunicação da experiência seria sempre auto-referencial por partir de um processo auto-reflexivo pelo qual o sujeito repensa seus sentimentos, expectativas, ações e impressões, transformando os sentidos construídos sobre esses em expressões a serem compartilhadas, dinamizando a circularidade hermenêutica da relação entre experiência e expressão. A superação metodológica dessa individualidade estaria na interpretação das expressões.

⁷ Uma experiência é culturalmente construída na medida em que é compreendida a partir de experiências preconcebidas [tradução].

By “interpreting” Dilthey meant understanding, interpretation, and the methodology of hermeneutics; by “expressions” he meant representation, performances, objectivations, or texts [...] as Turner (1982:17) wrote, they are the crystallized secretions of once living human experience (BRUNER, 1986, p. 5)⁸.

Desse modo, metodologicamente as expressões podem ser objetos de análise por trazerem na sua forma a materialidade da lógica sociocultural que estrutura expressões, pois nesse processo de estruturação estariam envolvidos os desejos e sentimentos do sujeito, todo o seu repertório sociocultural de maneiras de pensar (universo simbólico) e o acúmulo de experiências anteriores, os quais permitem reconhecer, classificar e atribuir sentido à experiência submetida à reflexão. No entanto, Bruner (1986) chama atenção para a possível insuficiência da expressão, considerando que essa, enquanto manifestação simbólica do processo de reflexão sobre o experienciado, não daria conta da totalidade da experiência, seja pela falta de vocabulário, seja pela inexistência de experiências prévias que permitam o reconhecimento de tais acontecimentos. Ainda, vale ressaltar que as expressões não se apresentam de forma linear nas práticas discursivas, quando a expressão é performada. Mesmo que a experiência esteja estruturada, a narrativa do sujeito pode circular por entre essa linearidade sem ser linear. Desde já, as expressões são, enquanto a materialização dos sentidos construídos, o produto do processo de construção de sentido. As relações intersubjetivas, estabelecidas na processualidade da experiência e nos processos de construção de sentido, são mediadas por instâncias culturais socialmente partilhadas que, na mesma medida em que permitem uma ponte para o diálogo entre aqueles que compartilham o mesmo código, conformam as percepções do indivíduo sobre o desconhecido e sobre a totalidade da experiência. Assim, esses pressupostos nortearão o tratamento dado à experiência turística não só teoricamente, mas, também, metodologicamente.

1.3 Experiência Turística: um Processo de Construção de Sentidos sobre o Exótico

Partindo dos pressupostos apresentados, acredito ser interessante delinear teoricamente a estrutura da experiência turística observada neste estudo. Ou seja, demarcar as fronteiras do campo a ser problematizado e suas características.

Sob uma abordagem mercadológica, a experiência turística é posta em relação ao consumo do produto turístico. De acordo com Doris Ruschmann (2000), as experiências

⁸ Por “interpretar” Dilthey quis dizer compreensão, interpretação e a metodologia da hermenêutica; por “expressões” quis referenciar à representação, a performances, à objetivação, ou a textos [...] como escreveu Turner (1982:17), elas são as secreções cristalizadas de experiências humanas já vivenciadas [tradução].

proporcionadas pelo Turismo seriam o resíduo após o uso dos produtos turísticos. Interpretando o exposto a partir da visão antropológica, a autora aborda a experiência turística na sua forma estruturada (*life as told*). Desse modo, a experiência não é concebida como processualidade. Por outro lado, Alexandre Panosso Neto (2005) amplia a dimensão da experiência turística na medida em que insere, dentro da sua delimitação cronológica, o momento que antecede o efetivo deslocamento do sujeito para o destino turístico (preparativos e escolhas), a experiência do “estar lá” e o instante posterior (recordar o passado) a essa experiência intermediária de “ser turista”.

Esses dois últimos momentos, o de ser turista e o em que se deixa de ser turista, estão relacionados respectivamente ao momento no qual a experiência ocorre de modo processual (*temporal flow*) e ao momento posterior, quando a experiência é estruturada enquanto um conjunto de fatos relacionados e atribuídos de sentido (*life as told*). A fim de compreender as características que marcam a processualidade da experiência turística do “estar lá”, penso ser necessário partir da motivação que antecede o efetivo deslocamento.

Retomando o argumento de Jaques A. Waimberg (2003), o Turismo seria um fenômeno comunicacional antes de tudo. Assim, as informações e os imaginários disseminados através dos diferentes tipos de mídia desempenham papel fundamental na locomoção dos fluxos e no direcionamento do olhar sobre a escolha do destino turístico. Ainda, sob a perspectiva de Waimberg (2003), o diferente estaria no cerne da atração. Sujeitos partiriam rumo a outros destinos atraídos por um conjunto de instâncias contrastantes do familiar: o frio para aqueles que vivem em locais predominantemente quentes, a exotividade cultural, o contraste paisagístico, a alternância do estado de espírito através dos esportes de aventura.

No entanto, colocar em suspensão o debate a partir da constatação de que o exótico situa-se na essência da atração turística deixa uma lacuna no que tange ao questionamento acerca da ânsia pela diferença, a qual tem levado indivíduos a percorrerem distâncias variadas para além de seus locais de residência. O diferente atrai porque está no cerne da atratividade, mas ainda resta saber em que contexto sociocultural a diferença torna-se um atrativo, impulsionando os fluxos turísticos.

Deveríamos nos ater a esta percepção difusa das motivações da viagem que dão vazão às conjecturas e não esclarece nada de substancial? Olhando-se mais de perto, impõe-se duas constatações, como um fio de Ariadne, mediante as pesquisas: em primeiro lugar, a viagem é motivada muito mais pelo desejo de deixar alguma coisa do que pelo ir para alguma coisa; o fato de escapar da vida cotidiana desempenha um papel muito mais importante do que o interesse pelas regiões e

populações visitadas. [...] o desejo de ‘deixar alguma coisa’ domina nitidamente, mesmo que nem se revista do caráter negativo da fuga. Pouco importa para onde se vai, desde que se afaste do cotidiano, que se possa desligar e mudar de ambiente [...] O Fato de ‘ir ao encontro de’, o desejo de descobrir [...] exercem uma função acessória. (KRIPPENDORF, 2001, p. 51).

Jost Krippendorf (2001) chega a esta inquietação após a análise de uma pesquisa aplicada em 1985, cuja finalidade centrava-se no levantamento das motivações dos deslocamentos turísticos, chegando à seguinte conclusão: “Quanto à motivação principal, permaneceu a mesma durante todos estes anos: a ‘higiene psíquica’, o repouso em um universo sentido como a contrapartida do cotidiano” (2001, p. 45). De acordo com a pesquisa, o deslocamento seria motivado pela necessidade de sair da realidade rotineira, levando indivíduos a buscarem o diferente. Dessa maneira, a diferença torna-se atrativa enquanto lado inverso do cotidiano.

O aprofundamento dessa questão ocorre sob uma perspectiva sociológica, expressa na leitura de Jost Krippendorf (2001). O autor apresenta um cenário que incide sobre o mesmo apontamento de Waimberg (2003) – a busca pelo diferente. Porém, sua conclusão não decorre de um percurso desenhado pelas indagações sobre a atratividade, mas volta-se para os porquês dos deslocamentos: os motivos sociais pelos quais as pessoas são instigadas a saírem de suas casas em busca de algo. Esse algo é o diferente.

Para chegar a esse ponto, Jost Krippendorf (2001) analisa o Turismo de Massa na sociedade industrial da década de 1980. Em um contexto marcado pela bipolaridade da vida, no que concerne à dicotomia entre o tempo do trabalho e do tempo livre, o autor acredita, diante da desqualificação das cidades industriais, que o Turismo seria uma possibilidade de fuga do cotidiano urbano. A sociedade industrial descrita pelo teórico orientava-se pelo tempo do trabalho que, por sua vez, determina o tempo livre como seu contraponto.

Para melhor compreender essa contraposição, que se mantém na sociedade pós-moderna, o Tempo seria uma construção simbólica determinada historicamente em consonância com as transformações sociais – “o conceito de tempo é, portanto, símbolo de *habitus* e de representação incorporados no âmbito da sociedade” (WERNECK, 2001, p. 16). É no bojo da sociedade industrial, entre os séculos XVII e XVIII, que tempo e trabalho são articulados, constituindo a concepção atual que dá ritmo à vida. O tempo tornou-se unidade passível de ser mercantilizada (trabalho/hora – tempo é dinheiro – o tempo já não mais passa, gasta-se), ganhou valor de troca e o relógio passou a determinar o ritmo da vida (WERNECK, 2001). Dentro desse contexto, instaurou-se a apropriação sociocultural contemporânea sobre o tempo.

A lei do tempo como valor de troca e como força produtiva não se imobiliza no limiar do lazer como se escapasse, milagrosamente, de todos os constrangimentos que regulam o tempo do trabalho. O lazer passa a ser concebido, dessa forma, como um tempo residual nesta dinâmica, fortemente marcada pela mercantilização de todos os aspectos da vida social (WERNECK, 2001, p. 19).

Assim, na sociedade pós-moderna, a concepção de tempo seria predominantemente linear, mecânica e padronizada, apesar dos ciclos regulados pela natureza – as estações do ano, os dias e as noites, as mudanças de lua – e das novas temporalidades e territorialidades criadas no espaço virtual (WERNECK, 2001).

A possibilidade de fazer o curso da própria vida desempenhar um papel de continuum padronizado só existe, para Elias (1998), só existe em sociedades altamente industrializadas. Nelas, cada um se distingue dos outros não apenas pelo que tem de único, mas também por ser capaz de determinar, com precisão, a sucessão temporal dos acontecimentos de sua própria vida, assumindo como referência um outro continuum padronizado e socialmente reconhecido. São as escalas de medição que nos permitem padronizar o tempo e instaurar limites, determinando começos e fins relativos. (WERNECK, 2001, p. 18).

Essa observação aproxima-se às questões discutidas acerca do caráter processual da vida (*temporal flow*) e do recorte aplicado no momento de estruturação da experiência, a qual pode ser recortada sob o critério do tempo do trabalho e do tempo livre. No entanto, Werneck (2001) afirma que os atores sociais não teriam consciência da influência que a dinâmica do tempo da sociedade industrial implica em suas vidas.

Retomando o pensamento de Jost Krippendorf (2001), haveria uma busca pelo desligamento do dia-a-dia, caracterizado pelo ritmo do trabalho, para que o sujeito pudesse refazer seu psíquico e, após, retornasse à vida cotidiana das cidades industriais. Portanto, nas décadas estudadas pelo teórico, entre as décadas de 1980 e 1990, o Turismo de Massa erguia-se sob a égide dos símbolos sol, praia, exotismo dos povos indígenas, belezas naturais, recreação e diversão dos parques temáticos e dos *resorts* (KRIPPENDORF, 2001) – um contraponto à realidade desqualificada das cidades.

Apesar do ritmo social ainda se encontrar permeado pela dicotomia entre trabalho e lazer, na conjuntura atual do Turismo, o que muda em relação aos apontamentos do autor diz respeito à desqualificação das cidades e sua atratividade. Mesmo diante da violência e da intensidade do trânsito, geradores de estresses que podem vir a motivar os cidadãos a fugirem do seu cotidiano urbano, ainda assim, os centros urbanos podem ser destinos atrativos. Sua atratividade perante o mercado turístico consiste no patrimônio histórico-cultural - abordado

essencialmente por meio do patrimônio edificado - e na abundante e diversificada programação cultural oferecida nos grandes centros urbanos. Além disso, geralmente são centros econômicos e de negócios, possuem um comércio bastante desenvolvido e propício para compras, são essencialmente centros culturais de referência e lugar de difusão das últimas tendências da moda, música, comportamento. O Turismo Urbano enquadrar-se-ia, sob a lógica cartesiana do mercado, no nicho do Turismo Cultural por possibilitar ao visitante uma experiência marcada por narrativas histórico-culturais sobre a cidade, assim como por inserir o turista no local através de atividades de lazer e diversão disponibilizadas aos cidadãos e aos visitantes.

Essa maneira de olhar as cidades faz com que sujeitos urbanos passem a visitar outros espaços urbanos. Nesse sentido, a fuga não se refere mais ao distanciamento das cidades. Relembrando, ainda, os destinos urbanos consagrados anteriormente ao período analisado – por exemplo, Paris era uma das cidades significativas no circuito do *Grand Tour* no século XVIII; juntamente estavam as cidades italianas Roma, Veneza, Florença e Nápoles, as quais permanecem tradicionalmente turísticas até os dias atuais (SALGUEIRO, 2002).

Por meio desse debate, o que me proponho a apresentar refere-se à necessidade de ruptura com o habitual enquanto instância que coloca o exótico no cerne da atração. Assim, os sujeitos locomovem-se em busca da alteridade, conforme observado por Jost Krippendorf (2001): a procura do diferente enquanto uma possibilidade de distanciamento do cenário visual familiar e do contexto social cotidiano ritmado pelo tempo do trabalho, determinado na sociedade industrial, cujo compasso da lógica capitalista (tempo é dinheiro) adentra a vida micro, no dia-a-dia dos indivíduos, marcando esse *continuum*. Portanto, os deslocamentos não estão centrados essencialmente na fuga das cidades, mas na transgressão da rotina habitual da vida cotidiana.

A questão em pauta pode ser observada no panorama brasileiro através da pesquisa *Caracterização e Dimensionamento Turismo Doméstico no Brasil*, disponibilizada pela EMBRATUR em conjunto com o Ministério do Turismo Brasileiro, aplicada em 37.000 famílias no ano de 2006 pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) da Universidade de São Paulo. Dentre os aspectos levantados no âmbito qualitativo da pesquisa, os principais motivos e motivações fazem menção à quebra da cotidianidade.

Fatores de Motivação e Restrição às Viagens:

- A conscientização que o trabalho será mais produtivo após as férias é um apelo positivo a funcionários e empresas.
- O dinheiro torna mais fácil superar as deficiências de estrutura das localidades.
- A viagem traz um sentimento de culpa por se afastar dos deveres.

- Ser explorado é um sentimento presente nas viagens. Os serviços têm preços diferentes para turistas e para os residentes.
 - *A volta para casa, para o seu mundo, é vista positivamente.*
 - *A viagem cansa, mas é um cansaço diferente.*
 - *Viagens curtas não permitem o total desligamento das questões do trabalho.*
 - *Desligar o celular, não ler e-mail, são atitudes simbólicas de desligamento total para aproveitar as férias com tranquilidade.*
 - *A viagem precisa compensar o esforço da rotina do dia a dia.*
 - A pobreza no destino é um fator que incomoda as pessoas.
- (FIPE, 2006, p. 74) [itálico meu].

Ainda no critério sobre o ciclo de vida das famílias, pautada na pesquisa em questão, um dos pontos observados foi o seguinte: “O homem necessita sair do ambiente de trabalho, e a mulher da casa (quando não trabalha fora). São apelos diferentes” (FIPE, 2006, p. 72). No que tange às expectativas da viagem, a seguinte questão remete ao encontro com o estranho nas viagens: “Viajar é seguir rumo ao desconhecido. A falta de informações corretas gera muita insegurança, inclusive o medo” (FIPE, 2006, p. 73). Assim, as categorias demarcadas relacionam-se com a idéia defendida por Krippendorf (2001) acerca do desligamento do mundo do trabalho e dos deveres do dia-a-dia, à concepção de viagem enquanto uma oportunidade de experiência do diferente, logo de ruptura com o mundo habitual estável do sujeito.

Esse processo de distanciamento da estrutura cotidiana vem ao encontro das reflexões acerca dos Ritos de Passagem nas sociedades pré-industriais. Segundo Rafael José dos Santos (2004),

a analogia entre o processo ritual e a experiência turística consiste em conceber a viagem e a estadia como uma situação de quebra da cotidianidade, ou seja, da estrutura, com uma reorganização temporária de relações, por exemplo, entre participantes de uma excursão (NASH apud SANTOS, 2004, p. 4).

John Urry (2001), em um resumo sobre as contribuições sociológicas para os estudos do Turismo, faz alusão ao processo dos ritos de passagem analisado por Victor Turner. Nesse processo ritual, comparado à experiência turística, haveria três diferentes situações: a primeira seria a separação da vida habitual, o distanciamento espacial e das relações sociais rotineiras; a segunda seria o momento no qual o sujeito inserir-se-ia em uma anti-estrutura, distanciando-se efetivamente do contexto sócio-espacial familiar; a terceira seria o retorno e a reintegração à vida cotidiana (TURNER apud SANTOS, 2004; URRY, 2001).

Partindo dessas relações, a experiência turística do *estar lá* apresenta-se dentro da esfera do não-habitual, da anti-estrutura que se conforma diante da quebra da linearidade cotidiana. Reforçando o exposto, através de uma explanação sobre o estado de espírito do

sujeito, Jafar Jafari (apud PANOSSO, 2005) relaciona o não-cotidiano com a realização da experiência turística.

Na metáfora do trampolim, há seis etapas que explicam o estado de espírito do Turista [...] a vida ordinária (comum), que cria a necessidade e o desejo de sair em viagem; [...] o processo de emancipação no qual está o ato de partida e o sentido de liberdade; animação turística [...] é a etapa em que se completa o ato do turismo, em que o turista é colocado no exterior de sua vida cotidiana – é quando ele está em outro tempo e espaço que não o habitual; [...] o processo de repatriação, no qual é inevitável o retorno da posição temporária de turista para a constante realidade da base; [...] a volta ao lar do fluxo turístico, o qual incorpora a vida diária; [...] o íterin da vida diária que continua apesar da ausência turística no meio ambiente sociofísico habitual [...] Por fim, Jafari afirma que o Turismo é o estudo dos mundos ordinário e não ordinário e a sua relação dialética. [... Contudo] o Turismo é mais do que os processos ordinários e não ordinário [...] (2005 p. 82-3).

A partir dos diferentes pensamentos apresentados, o que parece estar por trás da busca pelo diferente na sociedade contemporânea seria a pretensão de quebra da linearidade cotidiana, daquilo que é familiar, habitual. Ruptura que pode ser alcançada através do Turismo, considerando que a experiência desse possibilita o encontro com novos ambientes, envolvendo diferentes paisagens, relações de alteridade e uma marcação temporal oposta à da produção, uma vez que o Turismo e o Lazer encontram-se inseridos no tempo residual: o tempo livre. Assim, há uma evasão do tempo do trabalho, o qual marca predominantemente o movimento cotidiano em um contexto sociocultural e ambiental familiar.

Todavia, mesmo neste anti-cotidiano, a coexistência dos tempos instaurados desde a sociedade industrial não se anula, pois o tempo do trabalho apresenta-se enquanto o lado inverso do tempo livre e determinante de muitas das realidades cotidianas presentes nos cenários turísticos e no sistema do Turismo. Contexto em que o turista apenas observa e usufrui dos serviços prestados nessa dinâmica. Sobre o paradoxo estabelecido entre tempo livre e tempo do trabalho no sistema turístico, John Urry (2001, p. 17) observa: “O Turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado”.

A tentativa de rompimento com o familiar e a temporalidade residual permeiam a experiência turística do *estar lá* enquanto uma das suas características primordiais. Nesse sentido, a experiência turística é marcada por fatos problemáticos. Dessa forma, na processualidade da experiência turística, em decorrência dos estranhamentos encontrados, há uma constante alternância entre a intersubjetividade e o estado de intrasubjetividade. Para compreender o estranho, o indivíduo lança mão de seus mapas simbólicos com a finalidade de

situar o exótico na sua teia de significados, tornando-o, assim, compreensível dentro da sua própria lógica cultural e não, necessariamente, entendendo a lógica cultural do outro exótico.

Em suma, a experiência turística traz no seu âmago relações intersubjetivas, onde o sujeito depara-se com um mundo estranho a ser interpretado. Dessa forma, desencadeia-se um processo intenso de construção de sentido, decorrente da tentativa de compreender o não-familiar, já identificado enquanto não habitual na relação intersubjetiva. Esse processo de elaboração de significados é permeado por universos culturais que influenciam os sentidos construídos. A mediação cultural está no espaço da intersubjetividade, nas relações estabelecidas entre aqueles que partilham o mesmo código cultural, o qual passa a mediar as relações sociais entre esses indivíduos, permitindo o entendimento mútuo e determinando práticas e comportamentos. Também, a mediação cultural está nas relações intersubjetivas entre sujeitos com culturas diferentes na medida em que influencia nos processos intrasubjetivos de construção da realidade; isso porque na intrasubjetividade a cultura representa o universo de significados, adquirido pelo sujeito através da socialização, que direciona as percepções sobre o mundo estranho e, por conseguinte, influencia nos sentidos atribuídos ao diferente e na relação intersubjetiva entre o eu e o outro.

Considerando a pluralidade cultural que singulariza e, assim, diferencia entre si os grupos sociais, existem diferentes instâncias culturais que distinguem um olhar do outro. Portanto, os sentidos construídos variam de acordo com as lentes que o sujeito dispõe para enxergar o real. Isso será discutido a seguir a partir das diferenças entre o olhar do antropólogo e o olhar do Turista.

1.4 As Mediações Culturais nas Relações Intersubjetivas da Experiência Turística

Em um de seus ensaios, Jacques A. Waimberg, fundamentado em Augé, descreve a experiência Turística da seguinte forma: “toda peregrinação tem o sabor de simulação de uma investida antropológica. Vai-se ao campo estranho estimulado por tais patrimônios alheios. [...] Cada singelo objeto é artefato arqueológico [...] a rotina do nativo é igualmente objeto de exame” (2001, p. 15). Analisando os demais textos de Waimberg (2003), compilados em *Turismo e Comunicação: a indústria da diferença*, é possível observar que a experiência turística proporcionada no contexto do Turismo de massa estaria direcionada para o simples vislumbre da diferença ao se consumir o produto turístico, passando longe de uma investida antropológica. O turista veria, ao consumir os produtos turísticos, o outro como reflexo de si

próprio ao classificá-lo por meio do seu sistema cultural, sem jamais compreender a lógica cultural do autóctone.

Isso significa que, apesar de Turistas e Antropólogos buscarem essencialmente o encontro com o distante, o estranho, o outro, assim como o entendimento da cultura exótica, o tipo de análise aplicada por esses dois viajantes difere-se. Os pressupostos teórico-metodológicos do campo de estudos da antropologia possibilitam uma produção etnográfica aproximada do outro exótico por indicarem um ponto de relativização do olhar que permite contornar o etnocentrismo.

O etnocentrismo consiste na centralidade do sujeito em sua cultura, um universo simbólico no qual estão definidos diferentes códigos sociais, normas valorativas, hábitos e costumes através dos quais os indivíduos de uma determinada sociedade classificam as comunidades exóticas. Nesse sentido, o etnocentrismo é despertado na relação de alteridade entre povos. Ainda, enquanto “lentes da sociedade do eu”, influencia na imagem apreendida do outro exótico (SIQUEIRA, 2006).

De acordo com Ruth Benedict, o etnocentrismo implica em uma relação que ofusca a compreensão e o entendimento da cultura do outro [...].

Nossos valores, costumes, hábitos, etc., nos são tão caros que dificilmente achamos que outros, além de nós mesmos, são mais humanos, verdadeiros, honestos, justos, bons, cultos, civilizados, etc. Se tomamos o etnocentrismo como fato social, como instituição social, isso significa, entre outras coisas, alguma forma de conformação social. [...]

Miopia, astigmatismo, cegueira, jamais o outro é visto nitidamente, apenas aparece desfocado pelas lentes da sociedade do eu. Para Everardo Guimarães Rocha, etnocentrismo implica na centralidade que um determinado grupo atribui a si próprio quando confrontado com outro, o que atesta seu caráter contrastivo e relacional. Aqui, como para outros autores, o etnocentrismo é uma relação, forma social que somente emerge no confronto com a diferença e que institui a própria diferença (SIQUEIRA, 2006, p. 6).

Sobre as conseqüências do olhar etnocêntrico, Laraia diz que “o fato de que o homem vê o mundo através de sua cultura tem como conseqüência a propensão de considerar o seu modo de vida como o mais correto e o mais natural” (2003, p. 72). Compreendendo as implicações de um olhar etnocêntrico, fica evidente que a análise realizada pelo turista fica reduzida ao vislumbre por esse não dispor, muitas vezes, de um olhar relativizador, antropológico. Sem um ponto de relativização entre a cultura do *eu* e a do *outro*, o turista estaria fadado a realizar apenas o deslocamento físico, permanecendo culturalmente estacado no seu ponto de origem, sem compreender a lógica do autóctone. Assim, compreenderia a comunidade receptora enquanto um reflexo de si ao classificá-la a partir do seu próprio repertório cultural. Isto por que,

é pelas lentes culturais que nos são introjetadas – através do processo de socialização - que hierarquizamos, classificamos, enquadrados, situamos, reconhecemos e localizamos os demais membros de uma outra sociedade [...]. O etnocentrismo hierarquiza, inclui e exclui. (SIQUEIRA, 2006, p. 7).

Portanto, a concepção etnocêntrica do Turista, sem muitos questionamentos e relativizações sobre o que é exótico ou familiar, ocorre quando a partir da sua condição cultural esse classifica no outro o que, sob o seu ponto de vista etnocêntrico, é exótico ou familiar – classificação que se dá quando o sujeito encontra em seus mapas simbólicos uma referência que determine a realidade enquanto familiar ou, quando impossibilitado situá-la nesse universo simbólico, a classifica enquanto exótica. Nessa perspectiva, com base nos diálogos teóricos entre Roberto DaMatta e Gilberto Velho, “estamos sempre pressupondo familiaridade e exotismo como fontes de conhecimento ou desconhecimento respectivamente” (VELHO, 1978, p. 39). No entanto, quando parte-se da visão guiada pelo senso comum peca-se ao classificar o outro a partir do próprio sistema cultural, em vez de compreendê-lo através da cultura que o caracteriza. Essa questão é apresentada nas palavras de DaMatta e Velho:

Como todas essas coisas são partes do meu sistema de classificação, eu pressuponho que a familiaridade implica no conhecimento e na intimidade. [...] Em outras palavras, quando eu estico o sentido social da familiaridade e suponho que conheço tudo que está a minha volta, eu apenas assumo a atitude do senso comum. (DAMATTA, 2000, p. 161).

Assim, em princípio dispomos de um mapa que nos familiariza com os cenários e situações sociais do nosso cotidiano, dando nome, lugar e posição aos indivíduos. Isso, no entanto, não significa que conhecemos o ponto de vista e a visão do mundo dos diferentes atores em uma situação social nem as regras que estão por detrás dessas interações, dando continuidade ao sistema (VELHO, 1978, p. 40).

Ou seja,

o que sempre vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido e o que não vemos e encontramos pode ser exótico, mas até certo ponto conhecido (VELHO, 1978, p. 39).

Dessa maneira, buscando escapar do senso comum (conhecimento produzido no cotidiano e no bojo das relações socioculturais) presente no olhar etnocêntrico, a relação entre o familiar e o exótico na prática antropológica é desenvolvida da seguinte maneira: quando o etnólogo voltava-se para a observação das sociedades não ocidentais, realiza-se o movimento de transformação do exótico em familiar com a finalidade de estabelecer uma proximidade

com a sociedade que se estuda; ao passo que ao estudar a própria sociedade o sentido passa a ser contrário, transforma-se o familiar em exótico para que se possa estabelecer um distanciamento que permita compreender de maneira profunda a lógica daquilo que parecia familiar, mas que não era, necessariamente, conhecido (DAMATTA, 2000). Assim, a concepção de exótico e familiar é relativizada, dependendo sempre da posição, aproximada ou distanciada, do observador em relação à cultura observada. Dessa forma, o etnólogo escapa do senso comum, alcançando a cientificidade, o conhecimento do outro e de si próprio por meio da alteridade.

Porém, conforme exposto anteriormente, o turista não empregaria esse exercício de aproximação e distanciamento para encontrar familiaridades no exótico ou exotocidades no familiar. No âmbito do Turismo, o exótico e o familiar são colocados em pauta por Jacques Waimberg (2003). O autor chama atenção para a experiência turística proporcionada pela “indústria” do Turismo, mencionando que o turista não chegaria ao encontro do outro, tão almejado, por não conseguir empregar uma interpretação aproximada da cultura exótica. Essa impossibilidade é consequência do fato de o turista não conseguir estabelecer uma visão relativa. Logo, fazendo imperar o etnocentrismo e o senso comum.

O contraste pode servir-lhe mais facilmente para aguçar o etnocentrismo e afirmar sua identidade e auto-estima e menos para lançar-se a um tipo de observação participante típica das investigações antropológicas (WAIMBERG, 2003, p. 18).

O mundo que se vê é, na verdade, um mundo reflexo que se espelha no nosso. Aplicamos os nossos rótulos e os nossos mapas mentais nos novos personagens, nos novos dramas e cenários. O que explica o estranho é o conhecido. O desconhecido, provavelmente, e na maioria dos casos, permanecerá desconhecido, pelo menos nesse tipo de jornada (WAIMBERG, 2003, p. 26).

A jornada proporcionada pela indústria do Turismo a que se refere o autor seria caracterizada pelo efêmero e pelo superficial no contexto da produção em massa (WAIMBERG, 2003). Assim, a experiência turística propiciada através do consumo dos produtos de massa não seria marcada pela aproximação do turista com a cultura alheia.

A superficialidade presente nos produtos turísticos decorre essencialmente da necessidade de suprir os desejos criados na demanda sem visar a importância de apresentar as condições complexas dos aspectos socioculturais da comunidade receptora. Em uma perspectiva economicista, esse posicionamento valorativo está explícito na prática de formatação dos produtos turísticos: “os agentes produtores formatam o produto turístico [...]”. A existência de uma demanda real provoca o desencadear desse processo produtivo. Assim, é a demanda turística que condiciona a oferta e esta só se desenvolverá se ocorrer uma demanda

efetiva” (MASINA, 2002, p. 41). Desse modo, nas práticas de desenvolvimento do Turismo em uma comunidade, especificamente na interpretação turística que determina aquilo que é e o que não é turístico, não está pressuposta a complexidade do local, mas sim fica implícita uma lógica de mercado orientada por tendências externas (GAYER, 2005-a). Mais especificamente da segmentação do olhar do turista.

Sobre a construção do olhar do Turista, John Urry (2001) acredita que a formulação das maneiras de ver no Turismo, portanto as formas de interpretar o destino turístico, ocorrem a partir do contraste entre o habitual e o não habitual para determinar o que é turístico e o que não é turístico – o que remete à ânsia de quebra com o cotidiano e a busca pelo diferente. Nesse sentido, a diferença torna-se matéria prima a ser trabalhada nas comunidades em que se deseja desenvolver o Turismo. Isso porque, conforme já argumentado, o turista sai de sua residência em busca de um anti-cotidiano. Sobre essa observação, partindo dos bens e serviços consumidos desnecessariamente no Turismo, Urry diz:

São consumidos porque geram supostamente experiências prazerosas, diferentes daquelas com que nos deparamos na vida cotidiana. E, no entanto, pelo menos parte dessas experiências consiste em lançar um olhar ou encarar um conjunto de diferentes cenários, paisagens ou vistas de cidades que se situam fora daquilo que, para nós, é comum. [...] O olhar do turista, em qualquer período histórico é construído em relacionamento com seu oposto, com formas não-turísticas de experiência e de consciência social (2001, p. 16).

Questão que traz, novamente, a centralidade do exótico na atratividade turística enquanto anti-estrutura. Nesse sentido, a aparente exotividade das comunidades a serem transformadas em destinos turísticos é posta em destaque, enquanto são desconsideradas as demais instâncias familiares que, juntamente com as exotividades, tecem a trama complexa da realidade sociocultural que envolve a vida local.

Por exemplo, tendo em vista que na pós-modernidade são consumidos imaginários (GASTAL, 2003), destinos e produtos turísticos devem ser concebidos de acordo com os imaginários globalizados, a partir dos quais “desconsidera-se a variedade territorial e a multiplicidade dos espaços, para admitir o engano de que todos os lugares são iguais porque, em todos, se encontram as mesmas imagens que se espalham nos serviços e aparências dos espaços, notadamente urbanos” (FERRARA, 2002, p. 49). Assim, a elaboração de produtos turísticos levaria à transformação da cultura em mercadoria de modo simplificado, visto que aplica-se na complexidade sociocultural local os moldes das imagens globais. Dessa forma, os centros urbanos são sempre representados por ícones (Torre Eiffel, Big Ben, Cristo Redentor, Opera House, O Tango), os quais não são capazes de remeter a real complexidade do urbano,

já que são somente elementos da materialidade espaço ou da cultura que aparecem fluando no imaginário do sujeito, uma vez que raramente são apresentados num contexto sócio-espacial e geralmente não remetem às condições plurais e complexas da vida dos lugares. Ainda, são desenvolvidos slogans com o objetivo de atrair e fixar idéias, tais como “Paris, a cidade luz”, porém são evidentemente simplistas na sua curta extensão por focarem fragmentos de uma totalidade produzida por relações complexa. Esses signos fazem parte do repertório turístico. Urry (2001) sustenta essa última afirmativa ao evidenciar que o olhar do Turismo é construído por meio de uma coleção de signos e de imaginários.

Quando os turistas vêem duas pessoas se beijando em Paris, o que seu olhar capta é uma “Paris intemporal em seu romantismo”. Quando se vê uma pequena aldeia na Inglaterra, o que o olhar contempla é a “velha e boa Inglaterra” [...] os turistas, se inflamam, à procura dos sinais das demonstrações de francesismo, do comportamento italiano típico, de cenas orientais exemplares, de autopistas americanas típicas, de pubs tradicionais ingleses (URRY, 2001, p. 18).

Outros elementos culturais poderiam ser exemplificados, tais como imagens do gaúcho a cavalo e o churrasco de chão como comida típica no Rio Grande do Sul, sem que o sujeito compreenda o contexto histórico-sociocultural, já que essa forma de preparo é mais encontrada na região da Campanha Gaúcha.

Esses exemplos remontam ao caráter comunicacional do fenômeno turístico. Há uma dialógica entre a comunicação dos destinos turísticos e o seu planejamento (GAYER, 2005-c). Isso ocorre na medida em que destinos são planejados para corresponder e suprir desejos da demanda. Assim, como se fossem formatos de atração, imaginários globalizados são agregados a esses destinos com a finalidade de atrair o olhar dos potenciais turistas ao serem comunicados. Os desejos desses possíveis visitantes são necessidades criadas através da mídia, a qual acaba perpetuando determinados padrões através da reprodução. Segundo Maffesoli, os criadores responsáveis pela comunicação devem captar o que circula na sociedade, dessa forma, “as tecnologias do imaginário bebem em fontes imaginárias para alimentar imaginários” (MAFFESOLI, 2001, p. 81). O mesmo pode ser observado na análise de Silva: “as tecnologias do imaginário produzem aura pela reprodução ao infinito do objeto original. A cópia produz a aura da matriz, do único, do original” (2003, p. 64). Nesse sentido, o marketing turístico passa a alimentar desejos sociais no campo do Turismo, mantendo, assim, a manutenção desses desejos e a continuidade do círculo recursivo estabelecido entre comunicação e planejamento turístico. Ao mesmo tempo em que destinos turísticos são formatados de acordo com valores externos para corresponder às necessidades sociais criadas

na demanda através da propaganda, essas necessidades são alimentadas por meio da comunicação dos produtos turísticos, os quais trazem em si a marca dos imaginários globalizados, influenciando, por conseguinte, na maneira de conceber os produtos turísticos (GAYER, 2005-c). Nesse contexto, a mídia, de modo geral, exerce papel fundamental na construção e manutenção dos imaginários globalizados, sobre os quais se debruça a produção do Turismo.

Os lugares são escolhidos para serem contemplados porque existe uma expectativa [...] tal expectativa é construída e mantida por uma variedade de práticas não turísticas, tais como o cinema, a televisão, a literatura, as revistas, os discos e os vídeos, que constroem e reforçam o olhar. (URRY, 2001, p. 18).

Dessa forma, o exótico e o imaginário sobre o paraíso, por exemplo, são replicados, mantidos e/ou resignificados ao longo de um percurso histórico. Tendo como parâmetro esses imaginários, as comunidades receptoras são formatadas de maneira descontextualizada e apresentadas sob uma lógica externa. Essa lógica global faz parte de um universo simbólico partilhado intrínseco ao Turismo que permite que o sujeito turista reconheça a atratividade daquilo que o produto turístico oferece. Considerando que o produto turístico deve ser atrativo turisticamente perante o julgamento do turista, parece haver um repertório simbólico que influencia no consumo e na produção dos produtos turísticos no âmbito do Turismo.

Tendo em vista que esse universo simbólico é público, não está unicamente no sujeito e tão somente na objetividade social (GEERTZ, 1989), os códigos simbólicos que atravessam e marcam o fenômeno do Turismo inserem-se nas relações intersubjetivas entre os atores sociais do Turismo que o compartilham (turistas e produtores do turismo), influenciando nas relações sobre os espaços e com os demais atores sociais. Por se tratar aqui de um universo simbólico produzido no bojo das relações do fenômeno do Turismo, esse conjunto semântico acaba por exercer função de mediação cultural. A dimensão que aqui proponho expor diz respeito a uma mediação simbólica que orienta a forma como os produtores do turismo interpretam o local a ser transformado em turístico de modo a permitir que o turista classifique e reconheça o que é turístico. Dentro dessa condição, o universo simbólico que circunscreve o Turismo é partilhado entre aqueles que fazem parte do fenômeno e constitui-se enquanto um espaço de mediação das relações intersubjetivas desenroladas no contexto da experiência turística.

Marc Boyer (2003), sob uma perspectiva histórico-sociocultural, argumenta que esse olhar sobre o turismo foi construído e transformado historicamente. Segundo o autor, o

Turismo de massa não representaria uma nova forma de ver o mundo ou usufruir dele, mas sim se expressaria a partir da difusão, entre as camadas inferiores, das atividades de lazer praticadas pela elite, as quais passaram a ser imitadas por amplas camadas da população, como uma espécie de “moda” surgida entre as classes privilegiadas: “O Turismo contemporâneo é herdeiro das formas elitistas. Passou-se de um pequeno número às massas sem revolucionar o conteúdo” (BOYER, 2003, p. 31).

Diante da premissa sustentada por Boyer (2003), os elementos que devem ser valorizados e visitados, assim como os imaginários que atraem o olhar e determinam o exótico turístico, já foram consagrados pela elite e divulgados pelos meios de comunicação de massa, despertando o desejo de consumo no grande público. Por exemplo, geralmente são os belvederes, os monumentos com valor histórico notável e as singularidades alheias, na forma de folclore e espetáculo, que devem ser contemplados nos roteiros propostos (BOYER, 2003). Esses tipos de elementos fixados como interessantes para atividade turística foram mantidos ao longo do tempo e podem ser percebidos por meio da análise dos guias turísticos, pois “suas grandes coleções renovam muito pouco as suas escolhas, as suas hierarquias e os seus epítetos” (BOYER, 2003, p. 61). Nesse sentido, a exotividade, a não familiaridade, é encontrada, paradoxalmente, em elementos tradicionais.

Dessa forma, ao partirem de um olhar turístico específico os produtores dos produtos turísticos dão ao exótico algo que o torna conhecido: a estrutura simbólica da concepção de atrativo turístico. É aí que a superficialidade opera, pois a lógica é externa à comunidade autóctone, gerando interpretações simplificadas dessas. Essa questão agrava-se diante do etnocentrismo do turista, visto que, além da mediação dos sentidos turísticos, outras mediações imperam nas interpretações dos turistas por esses não buscarem um ponto de relativização antropológica. Assim, o turista reconhece determinadas exotividades enquanto elementos turísticos a serem admirados e compreendidos a partir das suas demais dimensões culturais (cultura familiar, cultura regional, cultura étnica).

Nesse contexto, o turista vivencia o local através do consumo de um produto que não parte da lógica local, mas sim global e envolvente do recorte sobre a complexidade da comunidade receptora. Uma concepção de atrativo turístico contida no universo simbólico partilhado do Turismo. Familiarizado com o código turístico e a estrutura simbólica sobre o que é atrativo turístico, o turista ao contemplar a diferença não a relativiza, apenas concretiza o consumo do exótico que o motivou a estar ali. Sobre isso Waimberg observa que, assim, o turista encontra o que esperava encontrar, não deixando muitas surpresas dentro do roteiro programado. Diria Waimberg que o movimento turístico

é tipo *fast-food* [rápido]. Nada de investidas antropológicas, nem de pesquisas etnográficas. Neste andar às pressas lê-se o discurso ambiental como se lê o jornal: um pouco das manchetes, alguns olhares nos primeiros parágrafos, atenção às ilustrações, e muito eventualmente, mergulho na narrativa. E este é o seu valor supremo: não existe o que o turista-consumidor não deseja dar introspecção, reflexão, dúvidas. Nada disso (2003, p. 75).

Ou seja, as relações intersubjetivas entre o turista e os autóctones não são privilegiadas nas experiências de massa. Ao contrário, o que ocorre é a experiência do consumo de um mundo turístico, no qual o exótico é o atrativo central e cuja estrutura é familiar àqueles que compartilham o universo simbólico do Turismo. É importante, ainda, considerar a autonomia do sujeito para ver além do produto turístico, assim como para superar a mediação da cultura turística, pois através da alteridade o sujeito pode questionar a si próprio, suas concepções e problematizar o outro, adquirindo a capacidade de conhecer o autóctone para além do recorte interpretativo mediados por diversos universos simbólicos.

Além das mediações culturais, os produtos turísticos constituem-se como mediadores culturais. Na mediação estabelecida pelo produto turístico, a realidade problemática (o exótico turístico) vivenciada pelo turista de massa refere-se a uma interpretação previamente empregada pelos produtores do Turismo sobre a realidade complexa do local, transformada em produto. Sob essa perspectiva, além das mediações culturais que conformam as maneiras do sujeito perceber o mundo, os produtos turísticos medeiam as relações do sujeito com o local na experiência turística e, conseqüentemente, interferem nos sentidos construídos, uma vez que os produtos turísticos de massa são marcados pelo efêmero e por um recorte superficial do local.

Concluindo a discussão central, a interpretação empregada pelo turista difere-se da interpretação antropológica devido às diferentes lupas presentes nos processos de apreensão do mundo exótico, assim como em decorrência das especificidades das relações estabelecidas. Se, por um lado, o antropólogo dispõe de pressupostos teórico-metodológicos em sua lupa que permitem uma interpretação científica da cultura alheia, possível através da relativização, por outro lado, o olhar interpretativo do turista sobre o local vivenciado caracterizar-se-ia pelo etnocentrismo⁹ e, por vezes, sofreria influência da mediação dos produtos turísticos.

A cultura turística orienta para um determinado recorte interpretativo sobre a realidade complexa do local, as demais culturas exercem papel fundamental na interpretação desse primeiro delineamento. Dessa forma, a mediação da cultura turística e dos mediadores

⁹ Centralidade nas mediações da cultura familiar, regional, étnica, do Turismo, do universo profissional, etc.

do Turismo influenciam nas relações do turista com o local na medida em que orientam os enquadramentos do olhar sobre esse. Isso ocorre porque há elementos já consagrados, os quais representam as instâncias que devem ser vislumbradas (BOYER, 2003), enquanto outros elementos ficam obscurecidos. Nesse sentido, o universo simbólico que compreende o Turismo apresenta-se enquanto uma das mediações dos processos de construção de sentido, tanto daqueles que produzem quanto dos que consomem. Assim, a mediação dos sentidos que envolvem o turismo é parte constituinte de um universo simbólico compartilhado entre os envolvidos no fenômeno. Diante de tal contexto, a questão inicial reside na seguinte indagação geral: *em que medida o universo simbólico peculiar ao fenômeno do Turismo direciona os olhares sobre o local e influencia nos sentidos atribuídos a esse, tanto pelos produtores quanto pelos consumidores do Turismo?*

Tendo em vista que cada conjunto simbólico é complexo e múltiplo, escolho dentro do universo simbólico partilhado no turismo a Representação Social de atrativo turístico como objeto de estudo. Parto do pressuposto de que o conceito de atrativo turístico influencia na interpretação da realidade no contexto da experiência turística. Então, a problemática central reside no esforço de compreender *em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico, enquanto parte constitutiva da mediação simbólica inerente ao Turismo que direciona os olhares interpretativos sobre o local no contexto da experiência turística, influenciam nos sentidos atribuídos ao local tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem?*

1.5 A Teoria das Representações Sociais (R.S)

Considerada como uma forma sociológica de Psicologia, cujo campo de estudo é, por vezes, chamado de psicossociológico ou de sociopsicológico, a discussão fundamentada da teoria das Representações Sociais encontra-se na pesquisa do psicólogo francês Serge Moscovici sobre a psicanálise – *La Psychanalyse: Son images et son public*, 1961. Nesse estudo, o pesquisador buscava compreender o fenômeno de transformação dos saberes sobre a psicanálise, ou seja, como esse conhecimento, produzido sob a égide científica (*universos reificados*), fora difundido e resignificado na esfera cotidiana, onde são produzidos os saberes do senso-comum (*universos consensuais*) (SÁ, 2004). Nesse sentido é que a Teoria das Representações Sociais volta-se para a produção do conhecimento, mais especificamente

daqueles produzidos no cotidiano: os saberes do senso-comum. Por esse motivo, Gerard Duveen (2003) situa a teoria das Representações Sociais em um projeto mais amplo: a construção de uma Psicologia Social do conhecimento.

o estudo de como, e por que, as pessoas partilham o conhecimento e desse modo constituem sua realidade comum, de como eles transformam as idéias em prática – numa palavra, o poder das idéias – é o problema específico da psicologia social (MOSCOVICI apud DUVEEN, 2003, p. 8).

A teoria das Representações Sociais é uma teoria sobre a produção dos saberes sociais. Ela se centra na análise da construção e transformação do conhecimento social, e tenta elucidar como que o saber e o pensar se interligam na trama social. [...] a teoria está especificamente dirigida aos saberes que se produzem no cotidiano, e que pertencem ao mundo vivido (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 3).

Considera, ainda, que o conhecimento é produzido nas relações intersubjetivas, nas interações comunicacionais que aí se estabelecem, “uma psicologia social do conhecimento está interessada nos processos através dos quais o conhecimento é gerado, transformado e projetado no mundo social” (DUVEEN, 2003, p. 9). Diante desses argumentos, fica evidente o entrecruzamento da teoria das Representações Sociais com as discussões sobre a construção da realidade, uma vez que a realidade representa um conhecimento sobre algo com o qual o sujeito relaciona-se. A realidade, seja ela sobre o que for, é um conhecimento socialmente produzido. Portanto, a realidade, ela própria é uma Representação Social, uma categoria simbólica que auxilia na apreensão, na compreensão, na localização do indivíduo e ação sobre o mundo social.

Nesse sentido, a teoria das Representações Sociais remete a outros fenômenos, tais como os cognitivos, os representacionais e os afetivos, presentes no processo de construção de significação simbólica que a teoria das Representações Sociais pressupõe (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 1995). Assim, a sua formulação conceitual abarca diferentes instâncias do fenômeno:

[...] era uma realidade que compreendesse as dimensões físicas, sociais e culturais. E o conceito deveria abranger a dimensão cultural e cognitiva; a dimensão dos meios de comunicação e das mentes das pessoas; a dimensão objetiva e subjetiva (GUARESCHI, 1995a, p. 193).

Para Moscovici (2005), a descrição do fenômeno deixaria implícito o objeto que a teoria das Representações Sociais deveria tratar, além de ser de fácil compreensão (DUVEEN, 1995). Em vista disso, Moscovici (2005) não busca a delimitação de um conceito de Representação Social, mas a descreve da seguinte maneira:

As Representações Sociais são entidades quase tangíveis. Elas circulam, se entrecruzam e se cristalizam continuamente, através duma palavra, dum gesto, ou duma reunião, em nosso mundo cotidiano. Elas impregnam a maioria de nossas relações estabelecidas. Nós sabemos que elas correspondem, dum lado, à substância simbólica que entra na sua elaboração e, por outro lado, à prática específica que produz essa substância, do mesmo modo como a ciência ou o mito correspondem à uma prática científica ou mítica (apud DUVEEN, 1995, p. 10).

Os esforços em transformar o fenômeno descrito por Moscovici em um conceito vêm das interpretações dos teóricos que seguiram a linha de pesquisa da Teoria das Representações Sociais. O conceito exposto por Jodelet é concebido com consenso entre os pesquisadores da área: “uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET apud SÁ, 2004, p. 32; apud GUARESCHI, 1995, p. 202).

Situada no campo de estudos da Psicologia Social do Conhecimento, entre as ciências sociais e a psicologia (SÁ, 2004), a teoria contribuiu para a sociologia do conhecimento (FARR, 1995) e, fundamentalmente, para a Psicologia Social. Nesse último campo científico, a contribuição expressiva reside no fato de o estudo de Moscovici (1978; 2005) trazer uma nova perspectiva epistemológica para a Psicologia Social ao se distanciar da vertente norte-americana, dominante na época, a qual se “ocupava basicamente dos processos psicológicos individuais enquanto influenciados por algo tão vagamente social” (SÁ, 2004, p. 20), os quais não davam conta do nível sociológico por se situarem predominantemente na análise do sujeito (SÁ, 2004). Esse distanciamento ocorreu na medida em que Moscovici se propôs a abarcar a reciprocidade das influências entre sujeito e social: “considerar tanto os comportamentos individuais quanto os fatos sociais [...] em sua concretude e singularidade histórica e não abstraídos como uma genérica presença de outros” (SÁ, 2004, p. 20). Em decorrência, houve uma ruptura com o individualismo teórico que marcou parte das teorias da Psicologia Social (GUARESCHI, 1995).

Esse novo tratamento sobre as relações estabelecidas na produção do conhecimento traz seus desafios: a não supervalorização de uma esfera em detrimento da outra, mas sim a consideração da relação dialética entre o sujeito individual e a sua sociedade (GUARESCHI, JOVCHELOVITCH, 1995; JODELET apud SÁ, 2004).

Sendo que a PSICOLOGIA SOCIAL está especificamente interessada na relação entre o indivíduo e a sociedade, ela perde sua vitalidade se um dos pólos dominar o outro (FARR, 1995, p. 52).

Pois é aí que a TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS nos apresenta novas possibilidades. Em primeiro lugar, porque contra uma epistemologia do sujeito “puro”, ou uma epistemologia sobre o objeto “puro”, a TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS centra seu olhar sobre a relação entre os dois (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 1995, p. 19).

Antes do aprofundamento desse posicionamento paradigmático, que direciona a constituição da teoria das Representações Sociais, julgo interessante seguir a ressalva feita por Guareschi (1996) em relação ao cunho das discussões teóricas e a sua adequação à análise desejada. Fundamentado em De Rosa, Guareschi (1996) analisa o trabalho de Moscovici¹⁰ através de três níveis de teóricos: R.S como fenômeno (Nível fenomenológico¹¹); R.S como teoria (Nível Teórico¹²); R.S como Meta Teoria (Nível Meta-teórico¹³). É dentro dessa perspectiva que buscarei organizar os aspectos relevantes da teoria das Representações Sociais para este estudo.

1.5.1 Um Conceito Posto em Movimento

Guareschi (1996) observou, em um primeiro momento (nível que chamou de fenomenológico), a ânsia de Moscovici por descrever o fenômeno que envolvia o problema de pesquisa que se propusera a investigar – as transformações do conhecimento sobre a psicanálise no contexto cotidiano.

Objetivando expor o fenômeno, Moscovici (2005) apontou o processo de interação (relações dialéticas) por meio do qual a criança passa a conhecer o mundo e, na mesma medida em que toma consciência da exterioridade, adquire consciência de si própria. Nesse processo são constituídos os mapas cognitivos, compostos pelas instâncias socioculturais presentes no contexto de socialização, os quais servem de referencial para a compreensão dos demais objetos sociais com o qual o indivíduo depar-se-á no decorrer de sua vida. Esses mapas, nas suas inter-relações de idéias, valores, sentimentos, imagens e experiências anteriores, orientam as percepções do indivíduo sobre a realidade, tornando visíveis alguns elementos, deixando obscurecidos outros e, por conseguinte, influenciando nas intervenções sobre o mundo – as implicações práticas.

¹⁰ A discussão teórica realizada por Moscovici, através qual o teórico constrói a teoria das R.S. também se encontra na íntegra, juntamente com textos complementares do autor, na obra *Representações Sociais: investigações em psicologia social*, utilizada como referência neste trabalho.

¹¹ Item I e II – O Pensamento Considerado como Ambiente / O que é uma Sociedade Pensante.

¹² Item III e IV – O familiar e o Não-Familiar / A Ancoragem e a Objetivação: Processos Geradores das R.S.

¹³ Item V e VII – Causalidade de Direita e de Esquerda / O Status das Representações Sociais: Estímulos ou Mediadores?

A construção de novas realidades opera no âmbito cognitivo, onde novas representações são formuladas em decorrência da tentativa de tornar o ausente presente através de uma representação (figura e significado atribuídos ao objeto) para aquele objeto, até então desconhecido, estranho e ausente, que se apresenta com toda sua concretude através das relações intersubjetivas. A representação é formulada em relação a outras representações socialmente construídas e contidas no mapa cognitivo subjetivo, o qual orienta a familiarização do indivíduo com mundo e a construção de novas representações que, ao darem existência ao que era invisível, modificam a própria realidade. Contudo, as representações não são individuais, elas são coletivas e socialmente partilhadas. Essa discussão aproxima-se dos apontamentos sobre o processo de construção da realidade e as mediações simbólicas.

Segundo o Moscovici (1978), as representações são individuais no âmbito de sua produção. A ausência é tornada presença através de uma imagem mental atribuída de significado, que permite a reapresentação de um objeto, mas não como uma cópia idêntica, e sim enquanto uma reconstrução do objeto. Por meio da representação o objeto é naturalizado no sistema cognitivo, ganhando um contexto inteligível através de uma interpretação embasada em valores socialmente produzidos (MOSCOVICI, 1978).

O que torna social a Representação Social é a função que justifica sua produção: orientar as condutas e as práticas sociais, permitir que o material simbólico comunicado nessas práticas discursivas seja compreendido e, assim, garantir o entendimento mútuo e a eficácia da comunicação (MOSCOVICI, 1978). Para isso, as representações devem ser públicas, compartilhadas por aqueles que interagem entre si. No entanto, vale ressaltar que isso não significa que não haja conflitos, discordâncias e pluralidade (JOVCHELOVITCH, 1998).

A Representação passa da individualidade para o social quando se enraíza e é absorvida pela sociedade. O que Moscovici (2005) evidencia é que toda a relação que o sujeito estabelece com o social está permeada por representações que permitem a familiarização com o cenário vivenciado, a comunicação e compreensão entre os indivíduos. Para isso, ela deve ser coletiva, mesmo sendo produzida na esfera individual. Apesar de Moscovici (2005) observar que o processo de criação de novas representações ocorre no âmbito da mente, no bojo de processos cognitivos, salienta que isso não significa desconsiderar que esse processo é desencadeado na dialética das relações intersubjetivas. Esclarece o autor:

Todas as interações humanas [...] pressupõe representações. [...] quando nós encontramos pessoas ou coisas e nos familiarizamos com elas, tais representações estão presentes. [...] É dessa maneira que elas são criadas, internamente, mentalmente, pois é dessa maneira que o próprio processo coletivo penetra, como o fator determinante, dentro do pensamento individual. [...] Isso não subverterá a autonomia das representações tanto à consciência do indivíduo, ou à do grupo. Pessoas e grupos criam representações no decurso da comunicação e da cooperação. Representações obviamente não são criadas por um indivíduo isoladamente. Uma vez criadas, contudo, elas adquirem uma vida própria, circulam, sem encontram, se atraem e se repelem e dão oportunidade ao nascimento de novas representações (MOSCOVICI, 2005, p. 40-1).

Portanto, mesmo que formuladas na intra-subjetividade através do processo de cognição, as representações não são individuais; são sociais na medida em que têm suas origens em outros sentidos que circulam na esfera pública e podem, elas mesmas, serem públicas ao se enraizarem no social. O Social impõe-se através da socialização antes mesmo que o indivíduo possa questioná-la. Dessa forma, o sujeito constitui-se como social. Por conseguinte, o social condiciona a construção das Representações Sociais, visto que o próprio sujeito é social, já que os mapas cognitivos são formados por um material simbólico socialmente partilhado, o qual orienta as percepções e é a base referencial para a construção das novas representações e inter-relações entre os sujeitos. Em vista desse argumento, são as Representações Sociais que fazem com que o social manifeste-se mesmo na esfera intra-subjetiva. Isso sem subestimar a capacidade criativa do sujeito em questionar a objetividade social e transformá-la. Assim, as representações conectam indivíduo e sociedade: estão no sujeito, circulam nas inter-relações, e materializam-se na objetividade social através das práticas. Nesse sentido, as Representações Sociais e o universo simbólico do qual fazem parte tornam-se a ponte entre o individual e o social. De acordo com Sandra Jovchelovitch (1998) Moscovici demonstra o laço estabelecido pelas Representações Sociais entre indivíduo e sociedade quando parte das teorias Freudianas, com aporte posterior de Piaget e Vigotsky. Nesse debate a representação é concebida na relação entre o indivíduo e o outro. Ao mesmo tempo em que o sujeito constitui-se e constrói o social através dessas relações intersubjetivas, são as representações que tornam possível essa ligação, esse contato dialético de apropriação do mundo e de constituição do ser.

A representação é uma ação simbólica de um sujeito em relação com um mundo que nunca é completamente dado e nunca é completamente aberto, que ao mesmo tempo que lhe precede e o institui enquanto sujeito, vai se instituindo e se transformando enquanto produto da ação humana. Isso era claro para Freud, que via na representação a única possibilidade de obter aquilo que não podemos obter completamente (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 59).

Ao aprofundar a autonomia que as representações adquirem ao se tornarem sociais, quando passam a ser partilhadas pela sociedade, e a maneira como elas se impõem ao sujeito, Moscovici deixa implícito o conceito de representação enquanto objetividade social.

O que nós percebemos e imaginamos, estas criaturas do pensamento, que são as representações, terminam por se constituir em um ambiente real, concreto. Através de sua autonomia e das pressões que elas exercem (mesmo que nós estejamos perfeitamente conscientes que elas não são “nada mais que idéias”), elas são, contudo, como se fossem realidades inquestionáveis que nós temos de confrontá-las (MOSCOVICI, 2005, p. 40).

É nesse sentido que elas passam a conformar as práticas. O que as atribui um status social devido à função que exercem - “para qualificar uma representação de social não basta definir o *agente* que a produz. [...] Saber que produz esses sistemas é menos instrutivo do que saber “por que” se produzem” (MOSCOVICI, 1978, p. 76).

Complementando, então, as funções sociais, segundo o autor (2005), as representações têm duas funções: elas permitem convencionalizar a realidade, possibilitando a interação entre os sujeitos e a compreensão mútua através de convenções que possibilitam a classificação da realidade e, assim, a sua compreensão; elas se impõem sobre os indivíduos, antes mesmo que eles possam questioná-las. Algumas representações são de difícil transformação. Elas perpassam gerações e, enquanto tradições, cristalizam-se na sociedade como algo natural. Explica o autor:

Sendo compartilhada por todos e reforçada pela tradição, ela constitui uma realidade social *sui generis*. Quanto mais sua origem é esquecida e sua natureza convencional é ignorada, mais fossilizada ela se torna. O que é ideal, gradualmente torna-se materializado. Cessa de ser efêmero, mutável e mortal e torna-se, em vez disso, duradouro, permanente, quase imortal (MOSCOVICI, 2005, p. 41).

Nessa discussão reside a tensão entre subjetividade e objetividade. Melhor expondo, aí está latente a dialética da relação entre indivíduo e sociedade. Nesse panorama, Moscovici (2005) observa que as representações são produtos das inter-relações sociais, nas quais o sujeito não é passivo às estruturas sociais, mas é capaz de criar e recriar idéias e representações, que ao se tornarem públicas, logo sociais e não mais individuais, acabam por influenciar as práticas sociais. Spink (2004) afirma que a complexidade do fenômeno encontra-se, justamente, na desconstrução teórica da falsa dicotomia entre indivíduo e sociedade. Nesse sentido, seria insuficiente analisar separadamente ora o plano social, ora o plano intra-individual. Portanto, “é necessário entender, sempre, como o pensamento individual se enraíza no social (remetendo, portanto, às condições de sua produção) e como

um e outro se modificam mutuamente” (SPINK, 2004, p. 89), não deixando escapar, ainda, a maneira como o sujeito constitui-se enquanto social através da socialização, já mencionada. Logo, a análise das Representações Sociais deve ser empregada sob uma perspectiva que privilegie a dialética das relações intersubjetivas, através das quais sujeito e objeto se produzem de modo recursivo (o sujeito é produtor do social que o produz enquanto sujeito social) e possuem características hologramáticas.

Essas questões vêm acompanhando o debate até aqui realizado pelo fato de a teoria desenvolvida estar voltada para esse universo simbólico (Representações Sociais, estereótipos, valores, etc.) socialmente construído e partilhado, que se constitui enquanto um espaço de mediação nas relações intersubjetivas. O que mais tarde viria a ser discutido por Sandra Jovchelovitch (1995, 1996, 1998, 2000). Situando o debate realizado por Moscovici na década de 1960, para discutir essa dialética entre indivíduo e sociedade e na tentativa de superar o pensamento individualista predominante na academia norte-americana da época, Moscovici buscou transpor a dicotomia entre interno e externo, sujeito e social, demonstrando que esses são indissociáveis (GUARESCHI, 1996).

Assim, Moscovici buscou o contraponto sociológico na e para além da teoria das Representações Coletivas de Durkheim, sendo essas entendidas enquanto “categorias de pensamento através das quais determinada sociedade elabora e expressa sua realidade” (MINAYO, 1995, p. 90). Essas categorias são “símbolos através dos quais ‘é preciso saber atingir a realidade que eles configuram e que lhes dá sua verdadeira significação’” (DURKHEIM apud MINAYO, 1995, p. 91), “são formas estáveis de compreensão coletiva, com o poder de obrigar que pode servir para integrar a sociedade como um todo” (DUVEEN, 2003, p. 15). A formação dessas categorias realizar-se-ia através dos fatos sociais, sendo que algumas transformar-se-iam em fatos sociais, tomando uma dimensão externa ao sujeito. Dessa forma, algumas categorias passariam a exercer uma ação coercitiva sobre as ações individuais - a religião, a moral, o espaço e o tempo são exemplos de categorias apontadas por Durkheim (MINAYO, 1995; JOVCHELOVITCH, 1998). Para Durkheim, as instituições e estruturas (maneiras de agir, pensar, sentir) seriam externas às consciências individuais e possuiriam um papel coercitivo sobre o indivíduo (MINAYO, 1995).

A ênfase no plano social é fruto da motivação de Durkheim em dar à Sociologia uma autonomia científica, trazendo para o campo científico dessa o plano do social e deixando a esfera do sujeito à Psicologia (DUVEEN, 2003). Ainda, sua produção teórica volta-se para compreensão daquilo que torna as sociedades coesas. Assim, o conceito de Representações Coletivas foi pensado para o contexto das sociedades tradicionais, onde as transformações

ocorriam mais lentamente, se comparado às sociedades modernas – no primeiro caso, o Estado e a Igreja eram as instituições responsáveis pela legitimação das crenças e do conhecimento, por outro lado, na passagem para a modernidade o centro de poder e legitimação dispersou-se com a difusão da alfabetização e o aparecimento da imprensa e as demais formas de comunicação (DUVEEN, 2003). É sobre esse último contexto que Moscovici anseia por uma teoria que esteja orientada para o entendimento das mudanças na sociedade.

Desse modo, Moscovici pensa a partir e contra a teoria das Representações Coletivas. Sob a orientação da perspectiva sociológica de Durkheim, a qual põe em evidência a influência do social sobre o sujeito, o conceito de Representações Coletivas contribuiu para a crítica de Moscovici direcionada ao individualismo da Psicologia Social norte-americana (SÁ, 2004). No entanto, o conceito durkheimiano é demasiado estático para dar conta do fenômeno que Moscovici buscava descrever nas sociedades modernas, mais dinâmicas e fluidas (GUARESCHI, 1996; MINAYO, 1995; JOVCHELOVITCH, 1998; SÁ, 2004). Diante dessa questão, Moscovici propõe a teoria das Representações Sociais. Objetiva, então, compreender mais a transformação das categorias do que como elas se mantêm. Coloca o conceito “em movimento [...] já que sua preocupação principal era justamente dar conta de como uma mentalidade coletiva se modifica na fluidez e maleabilidade das formas sociais contemporâneas” (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 4). Na perspectiva do movimento, Moscovici trata as Representações Sociais enquanto um fenômeno que envolve dinâmica e estrutura próprias, não sendo apenas um conceito. Dessa forma, o conceito, que antes era concebido de modo estático na perspectiva Durkheimiana, ganha caráter processual no fenômeno das Representações Sociais.

Se, no sentido clássico, as representações coletivas se constituem em um instrumento explanatório e se referem a uma classe geral de idéias e crenças (ciência, mito, religião, etc.), para nós, são fenômenos que necessitam ser descritos e explicados. São fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o senso comum. É para enfatizar esta distinção que uso o termo “social” em vez de “coletivo” (MOSCOVICI, 2005, p. 40-9).

A distinção não se dá apenas na transformação do conceito em fenômeno, mas ocorre também na delimitação do tipo de conhecimento enfocado – os saberes produzidos no cotidiano. No que tangencia o caráter fenomenológico que Moscovici (2005) atribui à realidade que constrói enquanto teoria científica, as Representações Sociais são concebidas enquanto produtos simbólicos produzidos nas interações sociais. Todavia, a teoria não se

esgota no caráter estático da descrição do material simbólico produzido. A teoria das Representações Sociais focaliza, também, o processo de produção desses saberes do senso comum. Assim, através da processualidade da gênese das Representações Sociais, Moscovici dá à teoria o status de fenômeno, não mais se caracterizando apenas como um conceito estático, voltado unicamente para os produtos de processos específicos. Na teoria das Representações Sociais

é a construção dessas representações que se torna a questão que deve ser discutida, daí sua insistência, tanto em discutir como um fenômeno que antes era visto como um conceito, como enfatizar o caráter dinâmico das representações, contra seu caráter estático de Representações Coletivas da formulação de Durkheim (DUVEEN, 2003, p. 15).

Portanto, mais do que criar um conceito, o teórico procurou expor um olhar sobre as relações dialéticas intersubjetivas e os processos intra-subjetivos (cognição), buscando nessas a processualidade da produção dos saberes do senso comum, ou seja, da construção da realidade, além da compreensão do significado desses conhecimentos e suas influências práticas.

Nesse sentido, fundamentada em Doise, Spink (2004) demonstra os quatro níveis de pesquisa possíveis: o nível dos processos intra-subjetivos; o nível dos processos intersubjetivos; o nível de compreensão e levantamento do material simbólico de uma determinada Representação Social (as visões de mundo); o nível situacional (relações de poder, identidade). A articulação de diferentes níveis tem gerado pesquisas bastante diversificadas, igualmente complexas na medida em que se deve considerar a dupla face das Representações Sociais: processo e produto. Assim, “é consenso entre os pesquisadores da área que as Representações Sociais, enquanto produtos sociais, têm que ser sempre referidas às suas condições de produção” (SPINK, 2004, p. 90).

De forma transdisciplinar e objetivando compreender o fenômeno das Representações Sociais a partir dos demais fenômenos que esse engloba enquanto produto e processo, Moscovici voltou-se para teóricos de outras ciências: Durkheim na Sociologia, Levy-Bhrul na Antropologia, Freud na Psicanálise e Piaget na Psicologia do Desenvolvimento das Estruturas Cognitivas (JOVCHELOVITCH, 1998). Pressupôs que através da descrição do fenômeno das Representações Sociais (compreensão de suas estruturas e seus mecanismos internos) seria possível compreender por que as pessoas fazem o que fazem.

O objetivo deste estudo é exatamente quase que “descrever”, mostrar, evidenciar uma realidade, um fenômeno que existe, mas do qual muitas vezes não

nos damos conta, de um lado; e de outro, mostrar a necessidade imprescindível de estudá-lo, pois [...] essa realidade a que de fato vai pode explicar [...] porque as pessoas fazem realmente o que fazem... porque compram, votam, agem dessa ou daquela maneira (Guareschi, 1996, p. 14).

No que tange à tentativa de compreensão das práticas e no que diz respeito à relação entre sujeito e sociedade, a teoria das Representações Sociais pode dialogar com as teorias das práticas sociais de Pierre Bourdieu (1994) e Michel de Certeau (1994).

Bourdieu (1994) propõe a praxiologia enquanto um paradigma em que se admite as relações entre sujeito e sociedade. Nesse sentido, critica o olhar fenomenológico de Weber e, apesar de não buscar uma rejeição do objetivismo de Durkheim, pretende superar o prisma puramente objetivista. Constrói, então, o conceito de *habitus*:

sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente regulamentadas e reguladas sem que por isso sejam o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestrada sem serem o produto da ação organizadora de um maestro (BOURDIEU, 1994, p. 15).

De modo mais claro, Jesus Martín-Barbero resgata a primeira versão do conceito: o *habitus* é definido como o “produto da interiorização dos princípios de um expediente cultural, capaz de perdurar nas práticas os princípios do expediente interiorizado” (BOURDIEU apud BARBERO, 2003, p. 123). Através dessa teorização, Bourdieu (1994) expõe a possível relação entre subjetividade e objetividade buscando compreender o processo de reprodução das matrizes culturais. Procura, desse modo, compreender o processo de interiorização da estrutura social e a maneira como a exteriorização dessas estruturas interiorizadas passa a estruturar o social estruturante, determinando, também, a posição dos sujeitos no campo das relações de poder. Assim, admite o sujeito como reproduzidor das estruturas estruturantes. Isso porque o *habitus* não é exclusivamente individual, uma vez que há um sistema de classificação que é pré-existente à constituição das representações, ou seja, há no âmbito do individual uma estrutura sociocultural interiorizada que permite a reprodução dessas estruturas através das práticas que as externalizam, objetivando-as. Nesse sentido, as práticas passam a ser concebidas enquanto ações atribuídas de sentido, portanto, permeadas por Representações Sociais já estruturadas e estruturantes. O *habitus* reestrutura e reproduz a estrutura. O *habitus* seria a mediação entre o agente social e a sociedade, sendo o social a estrutura estruturante do sujeito, atribuindo-lhe caráter social, e este último concebido de

forma passiva enquanto reproduzidor da estrutura que orienta suas práticas e que determina sua posição social. Nas palavras de Minayo:

O “habitus” é como uma lei “imaneente” depositada em cada autor social , desde a primeira infância, a partir de seu lugar na estrutura social. [...] o habitus é mediação universalizante que proporciona às práticas sem razão explícitas e sem intenção significante, de um agente singular, seu sentido, sua razão e sua organicidade. (1995, p. 105).

Embora Michel de Certeau (1994) e Bourdieu visassem às estruturas de poder e as práticas, Michel de Certeau critica o conceito de *habitus* ao admitir a autonomia do sujeito na criação de novas significações e de diferentes usos, apesar das estruturas impostas (a língua, por exemplo). Certeau apresenta um sujeito ativo e resistente às imposições daqueles que detém o poder e ditam os padrões orientados pela cultura erudita. Através do que chamou de “táticas” (desvio das imposições) os indivíduos passam a expressar sua própria lógica, atribuindo usos próprios e distintos dos sugeridos, desconstruindo, assim, a idéia de hegemonia, homogeneização, reprodução das estruturas e passividade do sujeito. Nessa perspectiva, Michel de Certeau evidencia que a possibilidade de transformação da história reside na capacidade criadora dos indivíduos, os quais, ainda que nasçam em circunstâncias dadas, são capazes de transformá-las e não apenas reproduzi-las.

Michel de Certeau (1994) demonstra as expressões de diferentes lógicas culturais através dos diversos usos, representativos das práticas de resistência, assim buscando compreender aquilo que os sujeitos fazem com os produtos e aquilo que faz com que haja divergência de usos. Logo, focaliza não a prática em si¹⁴, mas aquilo que permite o desvio da lógica dominante, propiciando diferentes usos devido à atribuição de significados específicos que dão formas às práticas. Dessa maneira, o autor debruça-se sobre a formalidade das práticas do espaço, da língua, da leitura – as artes de fazer, os sentidos das práticas, o campo simbólico não-dito que as envolve. Certeau volta-se para os modos de consumir, as formas de assistir televisão, as formas de habitar a casa, as maneiras de praticar o espaço, etc.

Assim, interpreto que as formalidades, a que se refere Certeau, remontam às lógicas e aos universos culturais¹⁵ que orientam e dão sentido às práticas, através dos quais se chega ao entendimento sobre as práticas, essencialmente sobre as formas de praticar. Paradigmas culturais cujos sentidos, muitas vezes, não são percebidos pelos sujeitos. O que se relaciona

¹⁴ O andar, o falar, o habitar, o ler, etc.

¹⁵ Lembrando que a cultura é constituída por universos simbólicos partilhados que orientam a construção da realidade e as práticas sociais, assim como as relações estabelecidas através das percepções que emergem de escopos simbólicos específicos. As Representações Sociais fazem parte destes universos simbólicos enquanto conhecimento produzido no cotidiano que, por estarem inseridas em uma lógica cultural específica que medeia a inter-relação sujeito e objetividade social, acaba por exercer papel mediador das relações intersubjetivas.

com o exposto por Minayo através de um diálogo entre teóricos clássicos (Durkheim, Weber, Schutz, Marx e Gramsci), alguns superficialmente citados nesse estudo.

As Representações Sociais não são necessariamente conscientes. Podem até ser elaboradas por ideólogos e filósofos de uma época, mas perpassam o conjunto da sociedade ou de determinado grupo social, como algo anterior ou habitual, que se reproduz a partir das estruturas e das categorias de pensamento do coletivo ou do grupo. Por isso, embora essas categorias apareçam como elaboradas teoricamente por algum filósofo, elas são uma mistura das idéias das elites, das grandes massas e também das filosofias correntes, e expressão das contradições vividas no plano das relações sociais de produção. Por isso mesmo, nelas estão presentes elementos tanto da dominação quanto da resistência, tanto das contradições e conflitos como do conformismo (1995, p. 109).

Tendo em vista a formalidade como algo que traz consigo os significados das práticas, muitas vezes um não-dito para os agentes sociais, um não-sabido discursivamente (no sentido do texto e da fala), essa formalidade pode ser relacionada às Representações Sociais na medida em que Moscovici diz: “Eu até mesmo iria ao ponto de afirmar que, quanto menos nós pensamos nelas, quanto menos conscientes somos delas, maior se torna a sua influência” (MOSCOVICI, 2005, p. 42).

Também, a problemática sobre a formalidade e a forma relaciona-se com a discussão voltada para a dupla dimensão das Representações Sociais: o processo e o produto. O produto das Representações Sociais seria passível de apreensão através de uma análise da

decodificação sistemática de universos consensuais e significativos, [... através da qual é possível] entender e analisar aquilo que as imagens, enunciados, costumes, rituais, atos, instituições ou comunidade significam para os que praticam (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 62).

Nesse sentido, a descrição dos sentidos da prática já pressupõe a interpretação do conteúdo simbólico que essas carregam, mas não dá conta do processo de produção no qual estão contidas as lógicas culturais e o universo simbólico que orientam a produção de sentidos, de novas Representações Sociais, as quais, conseqüentemente, influenciam as práticas. Por estas serem simbólicas, a lógica cultural e os universos simbólicos estão expressos nas práticas enquanto as maneiras de falar, formas de habitar, modos de apropriar-se do espaço. As práticas são simbólicas e, por isso, trazem as marcas das formalidades em suas formas. Estudar as Representações Sociais

significa estudar a forma como um grupo humano constrói um conjunto de saberes; esses saberes são capazes de expressar de uma só vez a identidade de um grupo social, as representações que ele detém [...] e principalmente, o conjunto dos códigos culturais que definem em cada momento histórico o modo de vida de uma comunidade (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 62).

Portanto, ao se pesquisar as Representações Sociais as seguintes questões, pautadas por Jodelet (apud JOVCHELOVITCH, 1998), devem ser pensadas: quem sabe (a sociedade ou grupo no qual as Representações Sociais situam-se); de que lugar eles sabem¹⁶; o que eles sabem sobre o que eles sabem; quais as conseqüências do que sabem. Assim, processo e produto são faces de uma mesma moeda, conforme assinala Sandra Jovchelovitch (1998).

As dicotomias entre processo e conteúdo [produto] são falsas, e os conteúdos sempre revelam os processos que lhes subjazem; dessa maneira, o conteúdo do saber não é antinômico ao seu sentido, pois o que conteúdo revela na superfície [forma], esconde a produção latente que o faz significativo para sujeitos sociais (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 63).

Ainda, relacionando o saber científico ao saber produzido no cotidiano, discutido por Moscovici (2005), de acordo com Certeau (1994), o saber não verbalizado seria um saber sobre o qual os sujeitos não refletem: um conhecimento não-sabido que constitui as artes de fazer (maneiras de fazer) do cotidiano; são conhecimentos não refletidos, mas que influenciam nas ações práticas. Conhecimentos que nesse estudo serão concebidos sob a luz da teoria das Representações Sociais – um fenômeno que envolve relações intersubjetivas, através das quais são produzidos saberes cotidianos com implicações práticas relativas à forma como o sujeito situa-se no mundo e suas ações sobre este. Nesse sentido, as Representações Sociais podem ser compreendidas enquanto o significado de práticas sociais. Portanto, como parte da cultura, as Representações Sociais também são representativas da formalidade das práticas. As Representações Sociais fazem parte da formalidade das práticas a que se refere Certeau enquanto um conhecimento não-dito, produzido no cotidiano, que dá forma às práticas. Assim, a prática enquanto produto não é o objeto unicamente focalizado, mas, também, todo referencial simbólico que a orienta, atribuindo-lhe variadas formas e sentidos, visto que a cultura é plural. É nessa mesma linha de pensamento que Moscovici (2005) chama atenção para a necessidade de as Representações Sociais serem consideradas na perspectiva de uma determinada sociedade ou grupo, impossibilitando a generalização.

Diante dessas relações, mesmo considerando a contraposição apresentada, tanto Certeau quanto Bourdieu contribuem para a compreensão das práticas. Bourdieu permite visualizar a dinâmica de interiorização e exteriorização, a qual estabelece a ponte entre indivíduo e sociedade. Por outro lado, Certeau abre as portas para a inventividade e autonomia do sujeito, demonstrando que na objetividade social há também a expressão

¹⁶ As condições histórico-socioculturais. O contexto em que se forma determinado “ponto-de-vista”.

criativa da subjetividade e de diferentes lógicas culturais, resultando em múltiplas formas de consumir, de falar uma mesma língua, de apropriar-se do mundo e de reinventar a história. Questões que se aproximam às discussões empregadas por Moscovici sobre as relações dialéticas entre indivíduo e sociedade e o processo de produção das Representações Sociais dentro do âmbito intra e intersubjetivo. Nesse sentido, sociedade e indivíduo reproduzem-se mutuamente e um está contido no outro de forma complexa. Essencialmente, o diálogo aqui construído traz os indícios apontados sobre os sentidos das práticas e as condições de reprodução ou a reformulação dessa dimensão simbólica que as envolve de significados específicos e partilhados socialmente.

1.5.2 O Processo, o Produto e o Espaço de Gênese das Representações Sociais

A linha que separa a descrição do fenômeno e a explicitação de uma teoria das Representações Sociais é tênue. Na segunda parte de seus estudos, Moscovici (1978; 2005) discute a finalidade das Representações Sociais e descreve os processos de ancoragem e objetivação¹⁷.

Quanto à finalidade, Moscovici (2005) diz que todas as Representações Sociais têm como papel fundamental permitir que o sujeito torne familiar o não-familiar através dos processos de ancoragem e de objetivação. O indivíduo depara-se com o não-familiar quando se encontra diante de uma objetividade ausente, sem apropriação social¹⁸, logo sem representação, ou quando algo, com o qual o sujeito já estava familiarizado, é exibido fora das convenções nas quais era concebido – quando o sujeito não encontra o que esperava encontrar. Portanto, o estranhamento despertado pelo encontro com o não-familiar só é possível por meio da intersubjetividade, através da qual se dá o encontro do sujeito com o outro e a sociedade. Nessas relações a tensão entre o familiar e o não-familiar está sempre estabelecida (MOSCOVICI, 2005). No entanto, a situação não-familiar perturba o sujeito de tal modo que este desencadeia um processo para torná-la familiar e, assim, poder interagir com o que, até então, era estranho. Logo, desencadeia-se um processo cognitivo intra-subjetivo, por meio do qual o indivíduo situa o exótico na inter-relação de significados presentes em seu mapa cognitivo, criando novas representações, as quais, ao serem concebidas, transformam as relações já existentes no universo simbólico. Conseqüentemente, a percepção do indivíduo sobre a realidade é alterada e enriquecida. Posteriormente, o que

¹⁷ Debate que remeterá às contribuições de Certeau e Bourdieu.

¹⁸ O real como fora chamado na discussão antropológica sobre a construção da realidade.

parecia visível, mas intangível, torna-se próximo e passível de apreensão (MOSCOVICI, 2005).

Diante desse contexto, Moscovici (2005) ressalta que compreender a representação requer buscar a não-familiaridade que desencadeou o processo de familiarização resultante de novas Representações Sociais. O teórico observa que, se antes a ciência tinha o papel de desmistificar os conhecimentos produzidos no cotidiano, testando cientificamente a validade desses, hoje a ciência é que produz novas Representações Sociais a serem apropriadas pela sociedade, conforme demonstra em seu estudo sobre a psicanálise. O ato de tornar o não-familiar familiar desperta dois processos: o primeiro é o de ancoragem; o segundo é o de objetivação.

A *Ancoragem* é o processo no qual o sujeito ancora o não-familiar na sua teia de significados, inserindo o objeto estranho em suas categorias e imagens comuns. Desse modo, classifica o objeto através de seus mapas cognitivos (MOSCOVICI, 2005), mesmo que para isso as discrepâncias sejam ignoradas para que haja coerência nas relações estabelecidas entre o conhecido e o desconhecido. Em suma, “ancorar é, pois, classificar e dar nome a alguma coisa” (MOSCOVICI, 2005, p. 61). Classificar significa inserir o objeto em significados relacionados que permitem identificar o que é e o que não é em relação a outra coisa: “categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e estabelecer uma relação positiva ou negativa com ele” (MOSCOVICI, 2005, p. 63). A maioria das classificações é feita, portanto, a partir da comparação do objeto com um protótipo. Nesse sentido, buscamos no objeto características que são mais aproximadas do protótipo. Isso significa que na ancoragem o estranho não é necessariamente conhecido, mas é classificado de acordo com determinado mapa simbólico. Portanto, é singular do processo de ancoragem “o veredicto sobre o julgamento e do predicado sobre o sujeito. O protótipo [...] favorece opiniões já feitas e geralmente conduz a decisões super-apressadas” (MOSCOVICI, 2005, p. 64). Se através da generalização o objeto é posto em uma categoria, sendo submetido à comparação com o protótipo que orienta a classificação e que permite ao sujeito aproximar-se do objeto por torná-lo familiar. Por outro lado, a particularização mantém a distância, mas permite que o sujeito busque as divergências do objeto quando comparado ao protótipo de modo a compreender suas especificidades. Assim, fica evidente que o papel da classificação, que implica na comparação, reside na determinação das conformidades e das divergências da norma (protótipo). Ainda, nesse processo de ancoragem, a formulação de representações (imagem e significado) é fundamental, pois dá nome, sentido e imagem ao objeto, tornando-o

visível, existente e objetivado. Sintetizando, “classificar e dar nomes são dois aspectos dessa ancoragem das representações” (MOSCOVICI, 2005, p. 68).

O processo de *objetivação* opera no esforço de “transformar algo abstrato em algo quase concreto, transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico” (MOSCOVICI, 2005, p. 61). De outro modo, “transformar a palavra que substitui a coisa, na coisa que substitui a palavra” (MOSCOVICI, 2005, p. 71). Objetivar é reduzir um conceito a uma imagem, criar uma representação que se enraíza no social no decorrer de um percurso histórico de tal forma que uma idéia que parecia abstrata para uma geração, passa a ser concreta e óbvia para a seguinte. Isso ocorre na medida em que uma imagem deixa de ser signo e passa a ser a própria realidade, quando a distinção entre realidade e imagem é esquecida (MOSCOVICI, 2005). Contudo, nem todos os conceitos podem ser representados por imagens, mas devem ganhar delineamentos claros para que possam ser enraizados socialmente, ou seja, para que a idéia seja naturalizada pelo grupo social que a compartilha. Jovchelovitch chama atenção para o discurso escrito como um sistema representacional – “a linguagem é também representação e, enquanto tal, uma relação com o ausente e uma evocação do possível” (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 60). Segundo Guareschi, a objetivação

consiste fundamentalmente em tornar concreta, como que visível, uma realidade que procura nos escapar das mãos. Tenta-se de ligar um conceito com uma imagem, descobrir a qualidade icônica duma idéia (1996, p. 18).

As imagens selecionadas inter-relacionam-se dentro de um núcleo figurativo, o qual seria um complexo de imagens inter-relacionadas que reproduzem visualmente um complexo de idéias. De acordo com Moscovici, é essa transfiguração que permite a transferência social no decorrer do tempo, fazendo com que a origem da produção seja esquecida, deixando esmaecida a diferença entre realidade e representação na medida em que a representação toma o lugar do objeto. Diz, então, Moscovici,

sem representações, sem a metamorfose das palavras em objetos, é impossível existir alguma transferência [...] nós encontramos então incorporados em nossa fala nossos sentidos e ambientes, de uma maneira anônima, elementos que são preservados e colocados como material comum do dia-a-dia, cujas origens são obscurecidas e esquecidas (2005, p. 75).

A memória está diretamente relacionada à ancoragem e à objetivação:

A primeira mantém a memória em movimento e a memória é dirigida para dentro, está sempre tirando e colocando objetos, pessoas e acontecimentos, que

ela classifica de acordo com um tipo e os rotula com um nome. A segunda, sendo mais ou menos direcionada para fora (para outros), tira daí conceitos e imagens para junta-los e reproduzi-los no mundo exterior (MOSCOVICI, 2005, p. 78).

Em síntese, tendo como finalidade a familiarização, as Representações Sociais circulam dentro das relações intersubjetivas, onde o não familiar é possível porque a dinâmica de toda relação reside na familiarização do sujeito com a objetividade social com a qual este se depara para, então, poder interagir. Desse modo, a dinâmica dessas relações caracteriza-se pelo processo de familiarização, “onde os objetos, pessoas e acontecimentos são percebidos e compreendidos em relação a prévios encontros e paradigmas” (MOSCOVICI, 2005, p. 55). Assim, o indivíduo interpreta as práticas, os objetos e ou as pessoas por meio de determinados referenciais (as convenções socialmente partilhadas – R.S.) que permitem a situação de objetos sociais em sua teia de significados. Através da compreensão o indivíduo pode situar-se em relação a esses objetos, tendo suas práticas conformadas de acordo com as visões de mundo construídas. A partir desse processo o sujeito projeta-se no espaço-tempo e nas relações sociais.

Portanto, se uma Representação Social é uma “preparação para a ação”, ela não o é somente na medida em que guia o comportamento, mas sobretudo na medida em que remodela e reconstitui os elementos do meio ambiente em que o comportamento deve ter lugar. Ela consegue incutir um sentido ao comportamento, integrá-lo numa rede de relações em que está vinculado ao seu objeto, fornecendo ao mesmo tempo as noções, as teorias e os fundos de observação que tornam essas relações estáveis e eficazes (MOSCOVICI, 1978, p. 48).

Partindo dessa premissa é que Moscovici concebe a Representação Social enquanto “uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos” (1978, p. 26). A comunicação a que se refere pode ser relacionada às práticas discursivas como um todo, já que gestos também carregam um significado a ser comunicado. No entanto, o autor privilegia a fala e os meios de comunicação. Para o autor, a comunicação representa um dos espaços primordiais de produção das Representações Sociais, pois são nos locais de encontro, nas praças, nos cafés, nas ruas, nos espaços de sociabilidade em geral que as Representações Sociais circulam e são formuladas.

O modo mesmo de sua produção se encontra nas instituições, nas ruas, nos meios de comunicação em massa, nos canais informais de comunicação social, nos movimentos sociais, nos atos de resistência e uma série infindável de lugares sociais. É quando as pessoas se encontram para falar, argumentar, discutir o cotidiano, o quando elas são expostas às instituições, aos meios de comunicação, aos mitos, e à herança histórico-cultural de suas sociedades, que as Representações Sociais são formuladas (GUARESCHI e JOVCHELOVITCH, 1995, p. 20).

Sobre a gênese das Representações Sociais, Sandra Jovchelovitch (1995; 1996; 2000) em seu estudo acerca das Representações Sociais da esfera pública no Brasil demonstra como essas se constituem no bojo das relações entre o Eu e o Outro. O *Outro*, a que se dirige, diz respeito ao Outro Generalizado (MEAD apud JOVCHELOVITCH, 2000, p. 61), remetendo a qualquer coisa sobre a qual o sujeito aja e com a qual esse se corresponda socialmente. Portanto, visando o espaço de produção das Representações Sociais a que se propôs a estudar, assim como o seu conteúdo simbólico, a pesquisadora defende que as Representações Sociais da Esfera Pública têm seu espaço de gênese na Esfera Pública. Tendo em vista que a esfera pública é concebida teoricamente enquanto o espaço de encontros intersubjetivos, o lugar de expressão da pluralidade que conforma a lógica do tecido social, a esfera pública constitui-se, também, enquanto lugar propício para a formulação de novas Representações Sociais, visto que esse processo ocorre através das relações de encontro onde a alteridade é marcante.

A autora considera que é através dessas relações que o indivíduo constitui-se. Assim, fundamenta-se na idéia de que é no momento em que o sujeito apropria-se do Outro Generalizado que o seu Eu forma-se, pois não há possibilidade de formação do Eu sem a internalização de Outros. Partindo da premissa de que as relações entre o Eu e o Outro remetem aos princípios da dialética, recursividade e do hologramático, para compreender melhor a perspectiva que a autora apresenta, o indivíduo não se forma de dentro, mas sim no âmbito público, ou seja, das condições sociais que o antecede. Visão teórica consonante a todo debate teórico realizado até o momento. Também, Sandra Jovchelovitch (2000) põe em evidência a autonomia e a criatividade do sujeito para reformular a realidade social com qual se depara, sob a qual é socializado e sobre a qual se expressa, reformulando-a – “tanto a individuação e a socialização são de um mesmo processo na gênese da experiência humana” (MEAD apud JOVCHELOVITCH, 2000, p. 69).

Partindo para o segundo lado da questão, sobre a constituição do Outro Generalizado, Sandra Jovchelovitch (2000) pressupõe que o social é objetivo, mas seus limites e imposições sobre o sujeito não são absolutos, pois há no social uma expressão da individualidade possível através de comunicação estabelecida entre indivíduos, os quais são diferentes e, por isso, precisam de códigos comuns que permitam o dialogo no qual são expressas igualdades e divergências.

Para a teórica, é na diferença entre o Eu e o Outro (o vazio existente sobre aquilo que o sujeito não pode apreender completamente) que as representações são criadas, exercendo o papel de tornar possível o que era inatingível, de tornar presente o ausente, de preencher o

vazio que se encontra na falta de compreensão, de tornar apreensível aquilo que é estranho, diferente, não-familiar. Contudo, Sandra Jovchelovitch (2000) acredita que as Representações Sociais não se esgotam na atividade representacional, uma vez que essa teria sua formulação no âmbito da psique do indivíduo, tendo como função representar o mundo. Por outro lado, as Representações Sociais seriam coletivas, compartilhadas e constituídas socialmente. Questão que já fora discutida a partir de Moscovici e que, agora, tem reforço nas palavras da autora:

As condições de possibilidade da atividade representacional se encontram em um espaço de trocas entre o sujeito e o Outro. Na discussão da gênese das representações e símbolos deu-se ênfase ao sujeito individual precisamente para mostrar que a realidade social [...] institui o sujeito individual. [...] Ainda que seja tentador, elas [as Representações Sociais] não podem ser simplesmente reduzidas à atividade representacional porque as Representações Sociais vão além dos trabalhos do psiquismo individual e emerge como um fenômeno que expressa a subjetividade do campo social e sua capacidade para construir saberes. [...] A análise já não está centrada no sujeito ontológico, mas nos fenômenos produzidos pelas construções particulares do campo social. [...] [Para isso deve-se considerar que] Da mesma forma que o social é mais do que um agregado de indivíduos, as Representações Sociais são mais do que um agregado de representações individuais (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 79).

Dessa maneira, as Representações Sociais dizem respeito a um fenômeno que se ergue sobre a capacidade representacional do sujeito, mas a compreensão do processo de formação das Representações Sociais requer ir além do entendimento da constituição do indivíduo a partir do social. Deve-se observar a dialética entre sujeito e o campo social - as relações entre subjetividade e objetividade, conforme já ressaltado.

A análise do campo conceitual das Representações Sociais nos confronta, de uma só vez, com a natureza subjetiva da realidade social e natureza objetiva da realidade subjetiva. Não há dicotomia entre sujeito e objeto, a não ser o reconhecimento de fronteiras, que precisam ser mediadas, e de fato são, através da atividade humana. Tais mediações ligam dimensões fundamentais da atividade psíquica e social: presença e ausência, Eu e o Outro, os símbolos e, naturalmente, a linguagem (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 78).

De outra forma, as Representações Sociais fazem parte desse conteúdo simbólico socialmente partilhado que permite as relações intersubjetivas. Nesse sentido, as Representações Sociais compõem o espaço de encontro enquanto o laço de ligação entre o sujeito e o mundo, a mediação que torna possível a relação. Assim as Representações Sociais circulam pelas interações, e são formuladas novas Representações Sociais nesses mesmos espaços de mediação, as quais estão sustentadas em outras Representações Sociais já existentes que permitem o diálogo entre o Eu e o Outro. As Representações Sociais

“representam, por excelência, o espaço do sujeito social, lutando para dar sentido, interpretar e construir o mundo em que ele se encontra” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 41).

De maneira mais visível, a autora menciona como mediações sociais o diálogo, a linguagem e a comunicação em geral, os rituais e o universo simbólico, os processos produtivos, as artes e os padrões culturais. As Mediações Sociais a que se refere representariam as pontes entre as fronteiras do privado com público, do indivíduo com o social, da subjetividade com a objetividade, do sujeito com o mundo que experiencia, revelando “em maior e em menor grau, a aventura da busca humana para dar sentido e entender sua própria existência no mundo” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 81). Segundo a autora (2000), as mediações em suas formas públicas gerariam Representações Sociais, pois essas são sociais na sua gênese e no seu ser, tendo sentido e existindo somente quando compartilhada coletivamente, superando a dimensão subjetiva da representação do mundo.

As Representações Sociais são forjadas por atores sociais para lidar com a diversidade e a mobilidade do mundo que, ainda que pertença a todos nós, coletivamente nos transcende. Elas são um espaço potencial de fabricação comum, onde cada um vai além das dimensões de sua própria individualidade para entrar noutra dimensão, fundamentalmente relacionada com a primeira: a dimensão da esfera pública. Neste sentido, as Representações Sociais não somente surgem através das mediações, mas tornam-se, elas também, mediações sociais (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 81).

Desse modo, as Representações Sociais têm sua gênese e suas transformações radicadas nas práticas e relações intersubjetivas estabelecidas na esfera pública. Em síntese, a autora concebe as Representações Sociais enquanto mediações, laços entre o sujeito e o mundo. Mediação que não se encontra essencialmente no sujeito e nem no objeto, mas no vazio que a diferença cria através das relações intersubjetivas travadas na esfera pública, no social. Assim, Sandra Jovchelovitch evidencia que “as Representações Sociais, portanto, aparecem como espaços potenciais de fabricação comum, que evidencia o papel do laço social e dos investimentos afetivos na formação dos saberes” (1996, p. 199).

Lembrado ainda que, da mesma forma que o social não é uma agregação de indivíduos, as Representações Sociais também são mais que um conjunto de Representações Individuais. Isso porque elas são compartilhadas e permitem o diálogo entre o Eu e o Outro, estabelecendo, assim, o laço que une sujeito e sociedade. Os códigos socialmente partilhados permitem as inter-relações e possibilitam a expressão da subjetividade e da diferença, por meios das quais são criadas novas Representações Individuais que podem tornar-se sociais. Nesses processos de interação, o social e o sujeito são constituídos permanentemente. Diz a

pesquisadora: “O social é a arena própria que constitui o objetivo e o subjetivo; ele é o campo que produz tanto as estruturas da subjetividade como as estruturas da objetivas do psíquico” (1996, p. 196).

Finalizando, acredito ter apresentado as discussões pertinentes à teoria das Representações Sociais, ao caráter mediador dessas e a suas conseqüências práticas - evidências apontadas através do diálogo entre diferentes teóricos e diferentes disciplinas.

2 METODOLOGIA DE PESQUISA E CORPUS TEÓRICO DE ANÁLISE

No capítulo anterior ficou expresso o escopo teórico que permitiu a formulação do problema de pesquisa proposto neste estudo, ao passo que os princípios teórico-metodológicos foram sendo constituídos. A investigação objetiva compreender *em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico, enquanto parte constitutiva das mediações simbólicas inerentes ao turismo que direcionam os olhares interpretativos sobre o local no contexto da experiência turística, influenciam nos sentidos atribuídos ao local tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem?* Para elucidar o problema de pesquisa, três objetivos são lançados: *clarear o conteúdo simbólico das Representações Sociais de atrativo turístico; verificar de que modo esse universo de sentidos conforma os significados construídos sobre o local na medida em que orienta os olhares interpretativos sobre os espaços vivenciados no contexto da experiência turística; analisar a dimensão de compartilhamento dessa mediação entre os que produzem e os que consomem os produtos turísticos.* Nos pressupostos teórico-metodológicos discutidos no capítulo I, ficam demarcados dois espaços metodológicos para o estudo das mediações culturais do processo de construção de sentidos, desencadeado na experiência turística.

O primeiro seria a processualidade da experiência, visto que essa constitui o lugar onde a intersubjetividade é possível de forma dinâmica entre os turistas, os produtores do turismo e o local vivenciado. Por esse motivo, representa o espaço onde se institui a gênese das Representações Sociais, assim como um lugar oportuno para a transformação dessas. Nessa perspectiva, tanto o conteúdo simbólico das Representações Sociais quanto a dinâmica na qual ocorrem as suas formações e transformações podem ser estudados dentro de uma análise longitudinal.

O segundo seria o momento pós-experiência, o que fora chamado de *life as told* na perspectiva antropológica, no qual estão contidos os processos de construção de sentidos sobre a totalidade vivenciada e percebida, visto que nesse instante a experiência é estruturada, as expressões são concebidas e performadas. Diante dessa especificidade, quando a problemática volta-se ao estudo do conteúdo simbólico das Representações Sociais e à influência que essa mediação cultural exerce sobre os sentidos construídos, o universo simbólico que a compõe também pode ser visualizado através de uma análise crítica sobre as expressões. Por exemplo, as mediações simbólicas que conformam expressões e sentidos postos em movimento nos relatos de viagem construídos na pós-experiência do estar lá. Isso

porque as expressões trazem em suas formas a formalidade (remetendo ao conceito de Michel de Certeau) das mediações culturais. Na sua condição de formalidade, a mediação encontra-se no discurso como se fosse um não-dito que orienta a forma da materialidade discursiva. Desse modo, apresenta-se não como algo implícito, mas sim como um silêncio fundante das expressões, representativas das práticas simbólicas através das quais sentidos são performados e postos em circulação (ORLANDI, 1993; CERTEAU, 1994; BRUNER, 1986).

Vale ressaltar que a análise do processo de formação e o desdobramento do conteúdo das Representações Sociais são instâncias complementares para o estudo aprofundado desse fenômeno. Contudo, tendo em vista que há uma limitação de tempo para o desenvolvimento desta pesquisa, tornando possível apenas um estudo sincrônico, a dinâmica de transformação e de formulação das Representações Sociais não será abordada. Isso não compromete a compreensão da problemática central, uma vez que as expressões dos sujeitos acerca da cidade permitirão visualizar as mediações culturais que orientaram as percepções sobre local e que conformam essas expressões. Portanto, nessa discussão fica demarcada a pós-experiência como espaço para coleta do material de análise e enquanto *objeto de análise ficam demarcadas as expressões discursivas¹⁹ relacionadas às percepções dos sujeitos sobre o local*. Por conseguinte, a análise de discurso servirá como aporte metodológico complementar no tratamento interpretativo das expressões sob análise, a serem coletadas por meio de diferentes técnicas.

Assim, fica claro que a teoria discutida até o momento permitiu delinear o objeto de análise ao indicar espaços metodológicos possíveis para o desenvolvimento da problemática proposta. O que não é peculiaridade desta pesquisa, considerando que não há um modelo metodológico a ser escolhido, mas sim a ser construído. A metodologia é um percurso teórico-prático orientado para o levantamento e interpretação de dados que indiquem as possíveis respostas para o problema central do estudo. É nesse sentido que a questão de pesquisa a ser investigada determina e solicita um método de pesquisa capaz de abarcá-la (GOLDEMBERG, 1999).

Tendo em vista que este estudo está voltado para o âmbito simbólico dos processos interpretativos, para as mediações culturais, a presente pesquisa insere-se no campo das ciências sociais, uma vez que nesse campo são tratados como objeto de investigação as emoções, os valores, as crenças, os sentidos, a subjetividade – “o comportamento significativo dos indivíduos engajados na ação social, ou seja, o comportamento ao qual os indivíduos

¹⁹ O discurso que envolve a prática da língua, o discurso falado. Penso que essa demarcação seja importante diante do fato de que toda prática é simbólica e, por isso, são concebidas como discursivas por performarem sentidos.

agregam significado considerando o comportamento de outros indivíduos” (GOLDEMBERG, 1999, p. 19). O que já se apresenta enquanto uma característica metodológica do estudo, pois conforme Mirian Goldemberg (1999) demonstra, o método das ciências sociais difere-se das ciências naturais, sendo, no primeiro caso, predominantemente qualitativo. Na pesquisa qualitativa, “a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc.” (GOLDEMBERG, 1999, p. 14). Contudo, a pesquisadora afirma que os dados coletados através de métodos quantitativos e qualitativos podem ser cruzados, tornando-os complementares e ao passo que auxilia na compreensão do problema de pesquisa. Ainda, no campo das ciências sociais é objetivado o entendimento de casos particulares em vez das generalizações, possíveis nas ciências naturais.

Diante dessa questão, cabe efetuar outra demarcação metodológica referente às especificidades do *objeto de análise - as expressões que põem sentidos em circulação através do discurso, relacionadas às percepções dos sujeitos sobre o local*: a pesquisa desenvolve-se a partir de um estudo de caso voltado para os sentidos construídos sobre a cidade de Buenos Aires, Argentina. Considerando que na processualidade da experiência turística as Representações Sociais de atrativo turístico apresentam-se enquanto mediação e código partilhado nas relações intersubjetivas estabelecidas entre os envolvidos no fenômeno do Turismo, a análise deve abarcar tanto as narrativas interpretativas dos mediadores do turismo, os produtores, quanto as interpretações dos consumidores dessas narrativas turísticas. Assim, fazendo um percurso que vai da produção à recepção visando o entre-lugar onde estão contidos os sentidos partilhados.

Através das relações intersubjetivas entre os envolvidos no Turismo, situadas na processualidade da experiência e nas quais se estabelecem as trocas e compartilhamento simbólico, as Representações Sociais de atrativo turístico são (re)produzidas ao mesmo tempo em que desempenham a função de mediação que orienta as percepções sobre o local e a produção de novos sentidos, o que acaba tendo reflexos na constituição das expressões no momento *life as told*, permitindo a análise do conteúdo das Representações Sociais mediadoras contidas nas formas das expressões. Ainda, a produção dos códigos partilhados na experiência turística ocorre na relação recursiva instaurada entre os produtores e os consumidores na medida em que a produção é feita visando aos desejos da demanda. Nesse sentido, os discursos analisados, através dos quais as expressões são constituídas no silêncio fundante e performadas através da fala, serão os dos consumidores e os dos produtores.

No caso dos *consumidores* a análise debruça-se sobre o discurso de turistas gaúchos porto-alegrenses acerca de suas percepções sobre Buenos Aires. Esse recorte fora escolhido em decorrência do fluxo significativo de turistas gaúchos porto-alegrenses a Buenos Aires. A proximidade territorial, a crescente oferta de passagens aéreas de baixo custo e o câmbio favorecem a ida dos gaúchos à cidade portenha. Ainda, Buenos Aires representa um destino internacional, cujo procedimento de entrada é facilitado em decorrência das relações comuns estabelecidas entre o Brasil e a Argentina através do Mercosul: brasileiros necessitam apresentar apenas a carteira de identidade com validade de 10 anos e em bom estado para adquirir um visto de turista válido por 90 dias.

De acordo com o *Anuário do Transporte Aéreo – v.1 – dados estatísticos* referentes ao ano de 2005, elaborado pela *Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC*, o fluxo total de brasileiros à Argentina ficou registrado em 825.654 passageiros, enquanto o tráfego de passageiros para o Chile nesse mesmo ano resumiu-se em 283.947 e para o Uruguai em 133.667 passageiros. Apesar de não estar discriminada a finalidade do deslocamento (Turismo, negócios ou estudo) e nem o percentual de emissão de passageiros por aeroporto, os dados apresentados servem de ilustração à expressividade do fluxo de brasileiros à Argentina, se comparado a outros países também membros do Mercosul.

No âmbito dos mediadores do Turismo, os *produtores*, a análise paira sobre as orientações e interpretações sobre a cidade de Buenos Aires dispostas na reportagem *Buenos Aires em Dose Dupla*, da Revista Viagem e Turismo, e volta-se para as narrativas dos passeios turísticos e dos canais de informação e divulgação turísticas promovidos pelo poder público.

O cruzamento das análises permitirá estabelecer as possíveis variabilidades do conteúdo simbólico das Representações Sociais de atrativo turístico presente em cada grupo, tornando visível a dimensão de compartilhamento entre os produtores e os consumidores, suas proximidades e divergências, visto que as Representações Sociais nunca são homogêneas. Acreditando na possibilidade de divergências e polifonia, ao identificar as aproximações e os distanciamentos das Representações Sociais de atrativo turístico desveladas em cada grupo, além de compreender as percepções sobre Buenos Aires geradas a partir dessa mediação será possível verificar o modo como as Representações Sociais de atrativo turístico dão forma às narrativas sobre a cidade. Relações que permitem atingir os objetivos traçados.

Partindo desse contexto específico, as Representações Sociais de atrativo turístico levantadas neste estudo estarão relacionadas ao cenário urbano. Da mesma forma, as percepções analisadas sobre a capital argentina, Buenos Aires, estarão permeadas não apenas

pela mediação dos códigos partilhados no Turismo, mas pela cultura do gaúcho porto-alegrense, já que as Representações Sociais são produzidas em um determinado contexto social – são mediações pertencentes a um grupo específico em um dado momento. Logo, o conhecimento sobre o conteúdo simbólico de uma determinada representação não é passível de generalização, pois é próprio de um caso particular. Assim, fica justificada a necessidade da aplicação do estudo de caso e as escolhas específicas aqui realizadas:

não é uma técnica específica, mas uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um *todo*, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos. O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de apreender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto. [...] o estudo de caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida pela análise estatística. (GOLDEMBERG, 1999, p. 33-4).

A seguir, serão expostas as peculiaridades do estudo de caso e dos sujeitos demarcados nesse contexto, o método de análise de discurso, a descrição do tratamento analítico dado às expressões coletadas, os roteiros de coleta de dados e as técnicas correspondentes.

2.1 Sobre o Universo em Análise

Nesta sessão serão apresentadas as especificidades do universo a ser analisado. Esse universo envolve os produtores das interpretações turísticas sobre o local, os consumidores gaúchos porto-alegrenses e a cidade Buenos Aires. Ainda, com a finalidade de demonstrar a dimensão complexa do urbano, haverá um desdobramento reflexivo acerca das especificidades desse espaço. A compreensão teórica sobre a complexidade do lugar a ser vivenciado na experiência turística, objeto das interpretações dos sujeitos investigados, constituirá uma categoria analítica que permitirá analisar a forma como esses sujeitos percebem os elementos contidos no espaço complexo e, a partir desses fragmentos, constroem seus recortes e suas concepções sobre a cidade.

Relembrando, as relações intersubjetivas são mediadas por universos simbólicos que orientam os olhares sobre o local influenciando nos sentidos construídos ao colocar em evidência algumas instâncias em detrimento de outras. Para compreender as possíveis mediações presentes de modo tácito nas interpretações sobre a cidade, será apresentada a lógica

teórica que orienta os produtores do Turismo na concepção dos produtos turísticos. Da mesma forma, as mediações culturais dos turistas gaúchos porto-alegrenses serão brevemente discutidas, visto que a mediação da cultura regional não representa o objeto central de análise, mas sim as Representações Sociais de atrativo turístico. Todavia, a compreensão da mediação regional auxiliará na visualização do modo como os sujeitos gaúchos porto-alegrenses percebem o exótico e o familiar.

2.1.1 Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Buenos Aires (Bs.As.), primeira grande metrópole sul-americana (COGGIOLA, 1997), está situada na província da Grande Buenos Aires (GBA), a leste do território nacional Argentino. Tem como limites geopolíticos, na direção leste sul, a margem direita do *Rio de la Plata*, onde desemboca o Rio Riachuelo, e na direção norte oeste, a avenida de circunvalação General Paz, a qual demarca o seu perímetro metropolitano. Os dados físico-geográficos apontam uma superfície de 202,04 km², equivalente a 0,4% do território da Argentina, onde estão concentradas as principais atividades econômicas, políticas e culturais do país. Os cálculos estatísticos apontam uma estimativa de 3.000.000 habitantes²⁰. Atualmente a cidade portenha é considerada uma das cinco principais metrópoles da América Latina (CALELLO, 2000).

Pontuando alguns fatos históricos, Buenos Aires foi fundada duas vezes: a primeira fundação ocorreu em 1536 por Dom Pedro de *Mendoza*, colonizador espanhol que estabeleceu o primeiro assentamento, chamado de *Ciudad del Espíritu Santo y Puerto Santa María del Buen Ayre*; a segunda foi em 1580, comandada por *Juan de Garay*, que a denominou de *Ciudad de Trinidad*. Somente em 1880 a cidade foi instituída como capital da República Argentina. De acordo com Coggiola (1997), a capitalização de Buenos Aires pode ser vista como reflexo da transformação da Argentina em país. Após a Proclamação da Confederação da Argentina em 1852, ainda seria necessário enfrentar a cisão política entre Buenos Aires e o restante do país. A batalha de Cepeda, em 1859, deu indício ao efetivo processo de constituição do Estado Nacional, culminando na federalização da cidade de Buenos Aires em 1880 (COGGIOLA, 1997).

Superado esse primeiro ciclo, o período que segue, entre o final do século XIX e início do século XX, foi marcado pelo processo de formação da Argentina moderna, tendo

²⁰ Anuario Estadístico 2005 de la Ciudad de Buenos Aires.

como produto a ocupação do território nacional pela imigração europeia maciça. A Argentina era um dos países menos povoados e com menor densidade populacional da América do Sul. No período de sua independência o país abrigava cerca de um milhão de habitantes, enquanto a Bolívia possuía quatro milhões. Diante desse fato, cerca de 6.330.000 imigrantes europeus vieram para povoar o “deserto Argentino” (COGGIOLA, 1997). O processo imigratório viria a conformar a vida cotidiana de Buenos Aires e apresentar-se-ia enquanto uma peculiaridade a ser enfrentada para a constituição do Estado-Nação, já que a identidade nacional estava sendo remodelada pelas culturas imigrantes.

A Argentina recebeu, entre 1869 e 1930, mais imigrantes em relação a sua população que qualquer outro país moderno. Esse padrão histórico se refletiu no crescimento e desenvolvimento da capital, Buenos Aires (a cidade do tango). A cidade passou de 180.000, em 1869, para 1.576.000, em 1914. Em 1930 sua população era de quase três milhões, um terço das quais eram imigrantes. [...] A Argentina e a cidade de Buenos Aires não só eram heterogêneas no sentido objetivo – como produtos de misturas étnicas culturais – mas também eram imaginadas como tal por intelectuais, escritores, políticos e, é claro, pela população em geral (ARCHETTI, 2003, p. 11-2).

A diversidade de idiomas falados na cidade de Buenos Aires também expressava a pluralidade cultural que marcava o cenário da época:

A capital tornou-se uma espécie de babel cultural, onde o inglês era a língua do comércio e da indústria, o francês, a da cultura, e as da vida cotidiana eram uma mistura do espanhol (e do galego), do italiano (vários dialetos) e de outras línguas da Europa e do Leste e do Oeste (ARCHETTI, 2003, p. 12).

Diante do pluralismo cultural evidente, a constituição de uma identidade nacional capaz de gerar um sentimento de pertencimento e formar uma população coesa era fundamental. Para isso, o discurso nacionalista apoiou-se na figura do *gaucho* – “vaqueiro livre que cavalgava pelos pampas, vivendo da caça e da coleta e trabalhando por um salário apenas quando necessário” (ARCHETTI, 2003, p. 12) – um símbolo representativo da herança cultural da Argentina, a qual estava comprometida diante da multiplicidade das culturas dos imigrantes (ARCHETTI, 2003).

Em um presente turbulento, afetado pelo influxo de estrangeiros e por um rápido e caótico crescimento das cidades, a Buenos Aires cosmopolita não era, na opinião dos escritores nacionalistas, o lugar certo para procurar novos símbolos de nacionalidade. Esses símbolos foram encontrados no passado, no campo, no solo dos pampas e nas reconstrução imaginária de uma cultura rural, na literatura gauchesca, com suas figuras masculinas épicas (ARCHETTI, 2003, p. 13).

O gaúcho²¹ formou-se como uma figura ilustrativa da região platina, de modo a representar o legado cultural e a constituir a figura identitária dos países fronteiriços dessa região – Paraguai, Uruguai Argentina e a região sul do Brasil. Contudo, no caso argentino, o *gaucho* era uma referência cultural parcial, pois, conforme argumenta Cogiolla (1997), apesar de ser um país agroexportador desde sua origem colonial, a Argentina também era essencialmente caracterizada por uma sociedade urbanizada, um país de cidades. A população urbana em 1914 compunha 58% da totalidade dos habitantes do país, passando para 74% em 1938 e chegando a 85,7% em 1980 (COGIOLLA, 1997). É diante desse contexto e enquanto indício da constituição de novos traços culturais argentinos que o Tango aparece “como representante do urbano e da cidade de Buenos Aires, sendo ao mesmo tempo, *criollo* e nacional” (ARCHETTI, 2003, p. 14). *Criollo* na medida em que as canções e cantores populares das músicas *crioullas* transitavam para o Tango, a exemplo da figura mítica de Carlos Gardel. Nacional devido à internacionalização do Tango, que o instituiu como um referente da Argentina. A cultura gauchesca veio a representar a “nação profunda” (ARCHETTI, 2003), ao passo que o Tango constituiu-se enquanto um símbolo da cultura popular urbana de Buenos Aires, cujo desenvolvimento entrelaçou-se a dois fatores que conformaram o contexto sociocultural do período no qual o Tango consolidou-se enquanto expressão das camadas populares: a construção do *Puerto Madero* e a vida cotidiana dos imigrantes.

Favorecida por seus limites naturais, Buenos Aires desenvolveu-se como uma cidade portuária, de tal modo que seus habitantes são chamados de portenhos. Com a finalização das obras do novo porto, projetado por Eduardo Madero e cuja construção estendeu-se entre os anos de 1887 a 1897, houve o deslocamento das camadas ricas, localizadas ao sul da cidade, para a zona norte, acarretando na remodelagem da distribuição sócio-espacial de forma a modificar as características de bairros antes depreciados, tais como *Recoleta* e *Palermo*, os quais passaram a ser ocupados por propriedades aristocráticas e palácios afrancesados. Ao redor desses bairros, habitados pela urbe luxuosa, formaram-se os subúrbios²², onde viviam os soldados sem ocupação, mutilados de guerra, mendigos e os imigrantes que ali chegavam, em sua maioria, uma população masculina solitária. Nesse cenário marginal surgem os prostíbulos, lugar onde o tango ganhou palco.

As características do tango como música de prostíbulos [...] são evidentes.
Mas o tango, sentimento triste que se baila [...] é sobretudo tristeza, tristeza urbana

²¹ *Gaucho* (Uruguai); *gaucho* (Argentina); gaúcho (Rio Grande do Sul, Brasil).

²² *La Boca, Corrales Viejos, Miserere, Bajo Belgrano*, por exemplo.

da perspectiva perdida no meio da opulenta Buenos Aires criada pelo porto, o mesmo porto em torno do qual florescia a miséria (COGGIOLA, 1997²³).

O tango estava diretamente relacionado a esses contextos públicos: como dança, fora originalmente criado nos bordéis e nas “academias de dança”, nas duas últimas décadas dos oitocentos. Mais tarde, no começo do século XX, o cabaré tornou-se um espaço público privilegiado para a dança e a música (ARCHETTI, 2003, p. 16).

A primeira fase do tango foi chamada de *la Guardia Vieja*, entre 1880 e 1920. A segunda fase, depois dos anos 20, foi intitulada como *la Nueva Guardia*. No primeiro momento, o tango era para dançar, não para ouvir, e as temáticas expressavam certo exibicionismo masculino (ARCHETTI, 2003). Já no segundo instante, o tango “deixou de ser essencialmente instrumental para se tornar principalmente uma narrativa interpretada por uma pletera de cantores – homens e mulheres – extraordinários” (ARCHETTI, 2003, p. 17) e as narrativas cantadas retratavam dilemas morais facilmente entendidos pelo público popular. Nesse contexto, Archetti (2003) argumenta que o tango é um produto da cultura urbana de Buenos Aires, o que já havia sido salientado pelo escritor Jorge Luis Borges ao dizer que se tratava de um típico produto suburbano - “O tango não é rural, é portenho [...] sua pátria são as esquinas rosadas das ruas dos subúrbios, não o campo; seu ambiente, os bairros pobres; seu símbolo, os salgueiros-chorões, jamais o umbu” (BORGES apud ARCHETTI, 2003, p. 16).

Jorge Luis Borges viria a representar uma figura expressiva para os portenhos. O escritor tornou-se “a expressão na arte erudita daquilo que o tango expressa na arte popular” (COGGIOLA, 1997). Ambas as expressões portenhas – o Tango e a literatura de Borges – mantiveram-se mesmo com as transformações que a cidade de Buenos Aires veio a sofrer com a industrialização.

Longe de esgotar as questões históricas, socioculturais e territoriais, esse breve panorama demonstra o contexto em que Buenos Aires forma-se enquanto uma cidade múltipla, “feita de retalhos de povos transformados em subúrbios” (YUNQUE apud COGGIOLA, 1997).

É como se cada bairro fosse uma cidade, com suas características próprias. Belgrano é distinto de Flores, Palermo é distinto de Constitución, Boedo, de Boca. Alguns são tranquilos, cheios de homens trabalhando, outros, como o antigo Palermo, são silenciosamente ameaçantes (GARCIA apud COGGIOLA, 1997).

Abarcar la simultaneidad de Buenos Aires no es fácil. [...] Buenos Aires es la ciudad cosmopolita que, sin embargo, no olvida al país. El país esta en ella [...] está en sus gentes que han sabido resistir lo extraño sin rechazar al extranjero. [...]

²³ Artigo da internet, sem paginação. As demais citações do mesmo artigo não possuirão referência de página.

Buenos Aires es también esa prolongación de si misma – el Gran Buenos Aires (PESSANO, 1955, p. 5)²⁴.

Pensando em Buenos Aires nos dias atuais, a partir de uma breve passagem pela cidade portenha em 2005, quando realizei o trabalho de campo para minha monografia de conclusão do curso de bacharelado em Turismo, posso dizer que, nessa ocasião, percebi múltiplas tensões socioculturais.

Andando pela *Calle Florida*, uma das principais ruas de comércio da cidade, ouvi um tango eletrônico tocando em diferentes lojas da sua extensão. Procurei saber mais. Descobri que a música que ouvia se chamava *Queremos Paz*, uma das principais faixas do cd intitulado Gotan Project – La Revancha del. O som tinha a passionalidade do Tango tradicional misturada a algo mais, que não se esgotava na inovação das batidas eletrônicas. O sentimento que ali se exteriorizava, através de algumas frases soltas e no título do cd, estava estritamente relacionado ao posicionamento dos portenhos frente à crise econômica recentemente enfrentada pelos argentinos, a qual teve seu ápice em 2001, vindo a culminar em sérios problemas sociais. No tango eletrônico, a frase solta proclamava: “queremos paz, queremos construir una vida mejor para nuestro pueblo; independientes”²⁵. Essa observação põe em evidência mais uma transfiguração das temáticas cantadas e do ritmo da música que se formou no contexto urbano de Buenos Aires, ao mesmo tempo em que viera a caracterizar a cidade – o Tango – firmando-se, novamente, como um espaço de expressão social.

Percebi que um ar de europeidade estava presente na cidade, não apenas na arquitetura, mas, também, nos restaurantes com nomes franceses e no imaginário dos transeuntes. De acordo com Gustavo Lins Ribeiro (2002), ao buscar explicações históricas para os estereótipos criados entre o Brasil e Argentina, o Brasil consolidou-se como um país da mestiçagem, da democracia racial e dos trópicos, já a imagem da Argentina resumiu-se em torno da idéia de um país branco, devido a grande imigração européia branca, por isso sendo associada à Europa. Esses estereótipos foram criados, entre outras instâncias, pelas condições climáticas predominantes de cada país. Em adição a essas concepções simplistas do senso comum, enquanto o Brasil seria identificado por possuir um povo alegre e voltado para o futuro, a Argentina seria associada por uma população nostálgica e voltada para o passado.

²⁴ Abarcar a simultaneidade de Buenos Aires não é fácil. [...] Buenos Aires é uma cidade cosmopolita que, no entanto, não deixa de representar o restante do país. O país está nela [...] na sua gente que soubera resistir ao exógeno sem repelir os estrangeiros. [...] Buenos Aires é também essa prolongação de si mesma – a *Gran Buenos Aires* [tradução].

²⁵ Queremos paz, queremos construir uma vida melhor para nosso povo; independientes [tradução].

Como se sabe, os imigrantes, sobretudo os de primeira geração, encontram-se frequentemente em uma posição ambígua onde a volta à situação anterior, ao país de origem, é uma pretensão permanentemente postulada e quase nunca efetivada. Esta poderosa síntese capitalista reflete-se, igualmente, na consolidação de uma elite voltada para a Europa e no esplendor de Buenos Aires, de uma *belle époque* portenha que, com sua arquitetura sofisticada, monumentos e metrô impõe-se definitivamente como a sinédoque da Argentina (RIBEIRO, 2002, p. 243).

Sobre a presença da cultura gauchesca, o chimarrão era uma bebida cotidiana e, naquele momento, a vestimenta do *gaucho* ganhara uma versão feminina: a bombacha estava na moda e era usada com salto alto, contrapondo as rasteiras alpargatas masculinas. A carne bovina também era parte essencial da gastronomia portenha. As *medias lunas*, o *dulce de leche*, a água gaseificada, os cafés e os deliciosos alfajores eram outras peculiaridades marcantes de Buenos Aires. Da mesma forma, era saliente a rivalidade entre os torcedores dos times de futebol *Boca Juniors* e *River Plate*, apesar de haver na cidade oito clubes de futebol.

O espanhol apresentava-se como resistência a elementos de culturas externas: o hambúrguer *McChicken* da rede internacional *McDonald's* aparecia renomeado, chamava-se *McPollo*; os nomes de escritores estrangeiros eram traduzidos para o espanhol (o que não ocorre no Brasil, por exemplo). A presença negra na região central da cidade era ínfima. Segundo Archetti (2003), a população afro-descendente quase desaparecera no fim do século XIX. Por outro lado, a quantidade de coreanos e bolivianos trabalhando no comércio era significativa.

Finalizando, essa breve apresentação de Buenos Aires dialoga com diferentes abordagens: estatística, geográfica, física, histórica, sociológica, antropológica, subjetiva. Esse diálogo é possível e complementar na medida em que o entrelaçamento das leituras enfoca, a partir de diferentes prismas, elementos expressos na complexidade da dinâmica da vida urbana. O cruzamento dessas distintas percepções evoca um olhar sobre a condição complexa da cidade de Buenos Aires, da complexidade dos espaços urbanos. Questão claramente expressa no *Anuario Estadístico 2005*, desenvolvido pela *Direção Geral de Estadística e Senso* do governo da cidade de Buenos Aires:

Una ciudad puede explicarse de muchas formas.
Las estadísticas, son un modo descriptivo que aporta a su comprensión.
Enfocan un aspecto de ese paisaje urbano que se intenta comprender.
Aportan un mapa de números, que necesariamente debe enlazarse con otras cuestiones que le completan el sentido.
La ciudad es muchas cosas a la vez.
Se la puede pensar de muchas maneras.

Es la que alberga modos de vida diversos; relaciones peculiares; es el lugar en el que producimos eso tan particular y tan propio de los hombres que llamamos cultura.

Es también el lugar de las grandes crisis y de las grandes transformaciones.

Es nuestro refugio ante las amenazas, es nuestro hogar, donde están nuestros afectos.

Es la búsqueda de una identidad que nos defina, de un imaginario que la piense, y en esa búsqueda nos implicamos mutuamente.

No podemos pensarnos a nosotros sin ese escenario de fondo, ni tampoco pensar la ciudad sin las sucesiones de argentinos que la habitaron desde su fundación.

Es historia compartida que se proyecta al futuro (2005, p. 13)²⁶.

Meu intuito não reside na construção de um conhecimento, uma leitura, uma interpretação, sobre a cidade de Buenos Aires, mas centra-se na compreensão da forma como os sujeitos a percebem a partir das Representações Sociais de atrativo turístico no contexto da experiência turística. Portanto, essa introdução tem o objetivo de situar, rapidamente, o leitor em alguns dados pontuais sobre a cidade e demonstrar que as possibilidades interpretativas são múltiplas. Isso porque, na mesma medida em que as percepções do senso comum sobre a cidade são orientadas por mediações culturais, o conhecimento produzido na academia também está condicionado pelo contexto histórico-social da própria concepção de ciência e pelos paradigmas que orientam as formas de conhecer (MORIN, 2002). Nesse sentido, são interpretações distintas, fundamentadas em diferentes saberes. Na perspectiva do construcionismo, a ciência é, enquanto prática social, também uma das formas de construção de conhecimento (SPINK; FREZZA, 2004). Portanto, mais do que dizer o que a cidade de Buenos Aires é dentro de uma perspectiva científica, o foco dessa pesquisa reside em compreender em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico influenciam nas percepções dos sujeitos sobre o local vivenciado.

Fica explícito, então, que não cabe realizar aqui uma interpretação científica sobre a cidade, mas criar uma categoria teórica analítica que permita compreender a complexidade do espaço urbano de forma a dar aporte à análise sobre o modo como os sujeitos percebem e recortam essa complexidade por meio de suas mediações, influenciando nas percepções sobre a cidade. Com essa pertinência demarcada, discuto a seguir a complexidade do espaço urbano.

²⁶ Pode-se explicar uma cidade de muitas formas. As estatísticas são um modo descritivo que abarcam a sua compreensão. Enfocam um aspecto da paisagem urbana que se tenta compreender. Aportam um mapa de números, que necessariamente deve ser entrelaçado a outras questões complementares ao sentido. A cidade é muitas coisas de uma só vez. Pode ser pensada de muitas maneiras. É a que abriga modos de vida diversos; relações peculiares; é o lugar onde produzimos isso tão particular e tão próprio dos homens, que chamamos de cultura. É também o lugar das grandes crises e das grandes transformações. É nosso refugio ante as ameaças, é nossa casa, onde estão nossos afetos. É a busca de uma identidade que nos defina, de um imaginário que se pense, e nessa busca nos implicamos mutuamente. Não podemos pensar a nós mesmos sem esse cenário de fundo, nem tampouco pensar a cidade sem as sucessões de argentinos que a habitaram desde sua fundação. É história compartilhada que se projeta para o futuro [tradução].

2.1.1.1 A Complexidade do Espaço Urbano

A abordagem acerca da complexidade do espaço urbano a ser desenvolvida já vem sendo discutida em outros dois espaços de reflexão – na monografia *Os Destinos e seus Imaginários* (GAYER, 2005-a) e no artigo *Adentrando Buenos Aires: da cristalização ao movimento* (GAYER, 2007-a). Partindo das conexões possíveis entre essas discussões específicas, buscarei expor os elementos que compõem de forma complexa os espaços urbanos.

Iniciando pela caracterização do urbano, fundamentado em Howard P. Chudacoff, Coggiola demonstra que, na definição clássica, “a sociedade rural se converte em sociedade urbana por causa do aumento de dimensão, densidade e heterogeneidade que se produz nas coletividades territoriais que a compõem [...] O rural e o urbano são os pólos opostos de um continuum” (1997²⁷). Nessa apropriação, a definição de urbano é concebida a partir do contraste com o rural. Concepção insuficiente para compreender os elementos por meio dos quais o espaço urbano é caracterizado.

Para interpretar o espaço, de modo geral, a geografia contribui com quatro categorias analíticas: paisagem, território, lugar e ambiente. Reconhecendo a dinâmica do espaço apropriado pelo humano, cada categoria contém e está contida nas demais, visto que a parte está no todo assim como o todo está nas partes. Segundo Suertegaray, cada recorte “ênfatiza uma dimensão da complexidade organizacional do espaço geográfico: o econômico/cultural (na paisagem), o político (no território), a existência objetiva e subjetiva (no lugar) e a transfiguração da natureza (no ambiente)” (SUERTEGARAY, 2001²⁸).

O *território* está relacionado conceitualmente à dominação e apropriação que determinada sociedade estabelece sobre um espaço delimitado e no qual as relações sociais são projetadas – conceito visível nas informações apontadas no início da descrição de Buenos Aires, onde seus limites territoriais naturais e construídos são apresentados.

O *lugar* faz pensar a relação do sujeito com o mundo, já que está relacionado à existência do indivíduo através de um cotidiano compartilhado, tendo como base a relação entre sociedade e espaço para a criação da sua própria identidade (CASTROGIOVANNI, 2004).

A natureza é denominada por Milton Santos (1997) como tecnicizada, pois o ser

²⁷ Documento eletrônico não paginado.

²⁸ Documento eletrônico não paginado.

humano é capaz de intervir nos processos antigamente ditos naturais, sendo hoje um elemento de transfiguração ao ser possuída pelas pessoas, ganhando uma outra dimensão – a técnica.

A *paisagem*, ainda na leitura de Santos, é entendida enquanto as formas nas quais estão expressas as heranças das gerações passadas, dispostas através de variadas camadas históricas passíveis de serem lidas por meio da arquitetura e do desenho urbano, por exemplo. Enquanto uma das categorias analíticas sobre o espaço, a paisagem difere dele por ser “um sistema material, nessa condição, relativamente imutável, espaço é um sistema de valores, que se transforma permanentemente” (SUERTEGARAY, 2001). Nesse sentido, compreender o espaço na sua complexidade requer ir além da cristalização das camadas históricas contidas nas formas da paisagem, uma vez que o espaço, na sua totalidade, engloba não somente o desenho feito na visualidade das formas da cidade, mas contém o movimento cotidiano que o reproduz constantemente enquanto espaço vivido, ou como lugar praticado, usando o termo de Michel de Certeau (1994).

Sob a perspectiva de Certeau, o conceito de cidade distancia-se do *fato urbano* na medida em que o primeiro termo desconsidera o movimento dos sujeitos que praticam os lugares da cidade, movimento urbano através do qual são atribuídos aos espaços diferentes sentidos, tempos e espacialidades – táticas frente ao poder racional da urbanização.

no discurso, a cidade serve de baliza ou marco totalizador e quase mítico para as estratégias sócio-econômicas e políticas, a vida urbana deixa sempre mais remontar àquilo que o projeto urbanístico dela excluía. A língua do poder “se urbaniza”, mas a cidade se vê entregue a movimentos contraditórios que se compensam e se combinam fora do poder panóptico (CERTEAU, 1994, p. 174).

Para Certeau (1994) o espaço é o cruzamento de movimentos com diferentes tempos sobre o lugar, já o lugar diz respeito à estável distribuição espacial da materialidade. Nessa linha de pensamento, conclui o autor: “o espaço é um lugar praticado. Assim, a rua geometricamente desenhada sob os cânones urbanísticos é transformada em espaço pelos pedestres” (CERTEAU, 1994, p. 202). É a partir dessa abordagem que o autor argumenta que o espaço é mais que o desenho traçado pelas formas da cidade, pois no espaço está contido o movimento da vida cotidiana, das práticas sociais urbanas sobre os lugares, tornando-os praticados. Sandra Jatthy Pesavento aproxima-se dessa percepção ao englobar materialidade, sociabilidade e sensibilidade na sua concepção de cidade, ampliando o conceito de cidade:

Uma cidade é, sem dúvida, materialidade. Ela é pedra, tijolo, ferro, vidro, cimento, madeira, tudo aquilo que o homem construiu e converteu em volume, espaço, superfície [...] Um cidade é sempre, sobretudo, sociabilidade, pois não é

possível pensa-la sem atores, sem relações sociais, sem intenção. A cidade é sempre obra de homens e só se realiza na coletividade.

Mas não é possível deixar de entender que a cidade é, além de tudo, sensibilidade. Uma cidade é sempre materialidade e sociabilidade qualificada é realidade que se define por valores, *ethos*, imagens, discursos, sentimentos (PESAVENTO, 2004, p. 181).

Nesse sentido, no movimento urbano estão inseridas as relações sociais, as práticas sobre o espaço e os sentidos que compõem as suas formalidades. A cidade é obra dos homens e contém as expressões das coletividades que por entre ela transitam. Dar atenção ao movimento coletivo como instância produtora da cidade é estabelecer um olhar transcendente à visualidade do desenho urbanístico. Um olhar que não se contém no vislumbre da paisagem, mas que busca percorrer o movimento que corta as formas da cidade.

Diante desse debate, o conceito de espaço vivido ou lugar praticado, será utilizado aqui para abarcar a complexidade do espaço urbano. Isso porque aponta para um tratamento analítico para além das formas da paisagem da cidade, uma vez que remete a diferentes sentidos atribuídos aos lugares por meio das práticas cotidianas que nesses são projetadas, indicando também os significados retidos na memória daqueles que habitam esses espaços.

Focando a memória, essa exerce função essencial na manutenção dos espaços. É através da coletividade que a memória comum pode ser ativada, dando sentido ao patrimônio histórico-cultural de uma comunidade, aflorando nos sujeitos o sentimento de preservação de uma determinada expressão material do espaço – histórica, cultural, ideológica, etc. – que ao mesmo tempo em que é resguardada pela memória, a mantém viva. Por outro lado, considerando que a memória é seletiva, a destruição de certos elementos fixos do espaço pode representar a tentativa de apagar as marcas de fatos que se deseja esquecer (CAMARGO, 2002). Em meio a destruições, preservações e sobreposições, um mosaico de cristalizações histórico-socioculturais é composto. Uma materialidade feita de camadas históricas passíveis de serem rememoradas na vivência cotidiana através da memória coletiva. Sobre isso, diz Certeau:

O que impressiona mais, aqui, é o fato de os lugares vividos serem como presenças de ausências. O que se mostra designa aquilo que não é mais: “aqui você vêem, aqui havia...”, mas isso não se vê mais. Os demonstrativos dizem do visível suas invisíveis identidades: constitui a própria definição do lugar, com efeito, ser esta série de deslocamentos e de efeitos entre os estratos partilhados que o compõem e jogar com essas espessuras em movimento.

“Estamos ligados a este lugar pelas lembranças... É pessoal, isto não interessa a ninguém, mas enfim é isso que faz o espírito de um bairro”. Só há lugar quando freqüentado por múltiplos espíritos, ali escondidos em silêncio, e que se pode “evocar” ou não. [...]

Os lugares são histórias fragmentárias e isoladas em si, dos passados roubados à legitimidade por outro, tempos empilhados que podem se desdobrar mas que estão ali antes como histórias à espera e permanecem no estado de quebra-cabeça (1994, p. 189).

Portanto, o espaço vivido é produzido de acordo com o movimento que o atravessa, seja ele urbano ou rural; esse movimento remete a múltiplas práticas sobre o espaço. Essas práticas estão situadas em um tempo histórico determinado e trazem consigo os significados de outros tempos, guardados na memória coletiva. Diante desse prisma, fica marcante o caráter histórico-social do processo de construção do espaço. O espaço tem como fator constitutivo o campo social por ser o lugar onde a vida acontece, abrigando os elementos necessários para o seu desenvolvimento e sobre o qual são projetadas utopias e imaginários, sendo “condição, meio e produto da realização da sociedade” (CARLOS, 2001, p. 11). Ainda, vale ressaltar que o espaço, por ser a base onde a vida cotidiana flui, torna-se um ator social na produção dos traços culturais da coletividade que nele se expressa.

No que diz respeito à historicidade do espaço, partindo da premissa de que o humano é um ser histórico, o espaço vivido adquire caráter processual na medida em que é reproduzido constantemente através das diferentes apropriações, pertencentes a distintas sociedades, localizadas em momentos históricos socioculturais específicos. Nesse sentido, esse processo incessante de transformação do espaço materializa-se através da concretização das relações e práticas sociais estabelecidas sobre este, as quais são realizadas em um determinado contexto histórico. Assim, o lugar apresenta-se como materialidade histórica e base funcional para a expressão dos movimentos²⁹, ou seja, dos fluxos³⁰, um lugar a ser praticado. Assim, o espaço como lugar praticado, na mesma medida em que contém a materialidade da paisagem, onde estão expressas as marcas das gerações passadas e os fixos funcionais, também representa um lugar onde o dinamismo de cada nova geração produz e reproduz as formas da paisagem e através de seu movimento modifica igualmente a dinâmica dos espaços (CARLOS, 2001). Dialogando com essa mesma linha de pensamento, logo reforçando o caráter social, a geografia concebe o espaço como o “resultado das formas como os homens organizam sua vida e suas formas de produção [...] concebendo a natureza como recurso à produção” (SUERTEGARAY, 2001).

Diante dessas breves considerações, é perceptível uma relação intrínseca entre espaço, tempo e sociedade: “espaço e tempo aparecem por meio da ação humana em sua indissociabilidade, uma ação que se realiza como modo de apropriação” (CARLOS, 2001, p.

²⁹ Pensando a partir de Michel de Certeau (1994).

³⁰ Conceito desenvolvido por Milton Santos (1997).

13). A concepção de tempo associada diretamente ao espaço natural estaria submetida às leis universais. Porém, ao estar relacionada com espaço habitado, no qual a paisagem é transformada e resignificada por meio das práticas sociais, o tempo adquire sentido através do ser humano. Portanto, sendo o espaço um lugar de expressão da sociedade, onde as marcas históricas ficam registradas nas formas da paisagem, onde a processualidade histórica pode ser materializada por meio das práticas das diferentes gerações, o espaço torna-se conseqüentemente histórico, sendo submetido a um processo de transformação incessante que o recria, tanto na materialidade de fixos quanto no movimento de fluxos.

Para aprofundar a dinâmica entre espaço, tempo e sociedade, inicio pelo conceito de tempo: “relações temporais ligadas ao conceito de movimento e que se referem às posições dos eventos no espaço [...] é a mudança, vivida continuamente pela consciência em sua relação a si e ao mundo” (DESAULNIERS, 1996, p. 320). Segundo Bachelard (*apud* DESAULNIERS, 1996, p. 316), o tempo é determinado, pois sempre nos referimos a um conjunto de instantes, classificando o tempo como concepção e não conceito. No entanto, vale ressaltar que o tempo implica um movimento, fazendo com que a matéria não cesse seu processo evolucionário (GRIMALDI *apud* DESAULNIERS, 1996), transformando-se na própria realidade na medida em que se materializa no ser humano e, por conseguinte, no espaço, já que esse é a expressão da sociedade: “somos constituídos no e com o tempo, ao ponto não existirmos sem ou fora do tempo, assim como o tempo não existe senão em nós enquanto sua a expressão, a sua materialidade” (DESAULNIERS, 1996, p. 315).

Dentro da perspectiva de movimento, a visão exposta pela geógrafa Dirce Maria Antunes Suertegaray (2001) torna-se pertinente. Segundo a autora, a geografia adota o tempo expresso no espaço como espiral, o qual engloba a conceitualização seqüencial, linear, como sucessão de fatos no espaço de Kant (seta-evolução) e a abordagem estável dos ciclos, em que os fatos sucessivos voltam ao ponto inicial (SUERTEGARAY, 2001).

o espaço geográfico se forma (no sentido de formação, origem) e se organiza (no sentido de funcionalidade), projetando-se como determinação ou como possibilidade. Esta projeção se faz por avanços (seta) e retornos (ciclo). Neste contexto, o espaço geográfico é a coexistência das formas herdadas (de uma outra funcionalidade), reconstruídas sob uma nova organização com formas novas em construção, ou seja, é a coexistência do passado e do presente ou de um passado reconstituído no presente (SUERTEGARAY, 2001).

Tendo em vista que o espaço está relacionado ao presente no qual uma sociedade está em movimento, uma situação única (SUERTEGARAY, 2001), não é possível compreender a sua complexidade através de fragmentos históricos. Isso porque, mesmo que

as diferentes práticas sociais que dividem o tempo em concepção (épocas/períodos) estejam materializadas nas formas da paisagem, devido ao fato de o conceito de espaço implicar um movimento que traz um processo de transformação incessante, um presente, um momento único, ao buscar o entendimento do espaço, a sua materialidade não pode ser abordada apenas enquanto uma cristalização de movimentos passados, mas sim como um elemento representativo de gerações passadas que ganha novas significações através das apropriações da sociedade em questão – o que remete ao conceito de lugar praticado.

Nesse sentido, o tempo quando relacionado ao espaço deve considerar o movimento exposto no conceito de Grimaldi, o que vem a ser o de seta-evolução e ciclo. Por outro lado, quando está relacionado à categoria paisagem, pode ser concebido enquanto concepção, como coloca Bacharelard. A paisagem contém o tempo cristalizado, materializado a partir das práticas sociais, um tempo que não contém o movimento de transformação em curso e que, portanto, pode referir-se a um tempo determinado. O espaço trata de um presente, no qual as práticas são realizadas, em que o passado expresso nas formas da paisagem são reapropriados. Essas apropriações e práticas sociais correntes, no futuro, estarão expressas nas paisagens contidas no espaço como forma da materialização de determinadas relações sociais que dividiram o tempo (concepção, tempo determinado). Ou seja, ao mesmo em tempo que o espaço contém a cristalização, não pode ser entendido somente pela inércia das formas da paisagem, pois sua dinâmica vai além ao conter um movimento social presente que dá novos significados e contornos às formas cristalizadas dos lugares (SANTOS, 1979).

Quando a interpretação paira sobre as formas isoladas, essas representam uma acumulação de tempo (SANTOS, 1979) e não é capaz de possibilitar uma análise da organização espacial e do entendimento do espaço – “somente a partir da unidade de espaço e tempo, das formas e do seu conteúdo, é que se podem interpretar as diversas modalidades de organização espacial” (SANTOS, 1979, p. 43).

Ainda, no que tange às possíveis compreensões acerca do tempo, a questão cultural é evidenciada por Ferreira (2003), já que para o autor o tempo enquanto vivência está relacionado com a cultura humana, uma vez que sua apreensão está embasada na estrutura simbólica cultural. Essa apropriação do tempo ocorre numa relação dialética quando o tempo é determinado a partir do prisma social e essa determinação interfere na própria sociedade: “o tempo expressa uma estrutura sociocultural e porque já foi estruturado socialmente atua enquanto estrutura estruturante do real” (DESAULNIERS, 1996, p. 319). Na discussão de Moesch sobre o tempo cronológico, também se pode inferir o mesmo tipo de proposição.

Em geral, as sociedades contemporâneas mantêm-se dominadas pela noção *de tempo* cronológico [...] A modernidade pode perceber-se em termos materiais, com domínio do tempo do relógio sobre o espaço e a sociedade. O tempo como repetição da rotina diária, desenraizador, centralizador e universalizador, encontrado no centro do capitalismo (MOESCH, 2000, p. 39).

Logo, o tempo e o espaço são apropriados por determinadas sociedades, as quais “produzem, qualitativamente, diferentes concepções de espaço e de tempo” (FERREIRA, 2003, p. 121) sendo as variadas expressões referentes à vivência do tempo e constituintes da dialética entre o ser humano e o real – por exemplo, “tempo é dinheiro” na fase capitalista – pois essa relação desenvolve-se em um tempo e espaço específicos articulada na base cultural (DESAULNIERS, 1996).

Pelo exposto acima, para compreender a dinâmica do espaço, lugar praticado, adoto o tempo como processo, materializado através do ser humano, com o qual estabelece uma relação dialética, visto que é apreendido pela condição sociocultural e, assim, expresso no espaço a partir da realização de determinada sociedade.

O espaço deve ser visto como um fator de evolução social, portanto, produzido e reproduzido contentemente. O movimento histórico é que constrói o espaço, o que é uma instância da sociedade, portanto, como instância, contém e é contido pelas demais instâncias (CASTROGIOVANNI, 2001, p. 24).

Portanto, nessa mesma perspectiva, entender a matéria sem considerar a categoria de tempo como processualidade resultaria na conservação da matéria e na descon sideração das transformações sociais (DESAULNIERS, 1996) e do próprio movimento presente que dá múltiplas espacialidades e temporalidades aos lugares.

Barata Salgueiro (2003) desenvolve o conceito de espacialidade posto em contraste à concepção de espaço-palco. Segundo a autora, o espaço-palco seria a área geográfica na qual se inscrevem as práticas sociais, ou seja, remete ao que aqui se designa enquanto a materialidade do lugar, composta por camadas histórico-culturais de expressão social. A partir de variadas apropriações e diferentes práticas do movimento cotidiano sobre um espaço-palco (lugar) seriam produzidas espacialidades diversas, um lugar praticado de múltiplas formas. Ainda, a teórica menciona a diversidade de temporalidades expressas nos espaços-palco, presentes tanto nas camadas históricas quanto nas múltiplas concepções de tempo dos grupos que praticam um determinado espaço-palco (lugar).

Entendendo a relação entre espaço e tempo, fica evidente que o ponto nodal está na realização da sociedade, no movimento cotidiano daqueles que cruzam os lugares: “O espaço socialmente construído compreende o conjunto de elementos materiais transformados pelas

práticas econômicas, apropriados pelas práticas políticas e construídos em significações pelas práticas cultural-ideológicas” (BARRIOS, 1986, p. 19). O que remete, mais uma vez, ao conceito de lugar praticado de Certeau (1994), atribuindo uma característica circular ao pensamento até aqui desenvolvido na medida em que tempo, sociedade e espaço relacionam-se.

Vale ressaltar que a partir da diversidade cultural dos espaços, por vezes aparentemente parecidos no sentido funcional dos objetos que o compõe (prédios, centros comerciais, administrativos...), esses ganham singularidade e diferenciam-se através do movimento que dá vida à materialidade dos lugares. Nessa linha de pensamento, no momento em que as estruturas materiais são analisadas apenas na sua condição de uso para a prática econômica, que envolve “as ações sociais que tenham por finalidade a produção, a distribuição e o consumo dos meios materiais” (BARRIOS, 1986, p. 3), essas são vistas sob um prisma que as torna similares diante da globalização e do modo de produção capitalista que adentram os lugares. Em contrapartida, por essas estruturas serem detentoras de um significado social local e, muitas vezes, apresentarem-se como meio de expressão cultural, tornam-se singulares e logo propiciam a singularidade do espaço, visto que a prática traz consigo as formalidades das múltiplas culturas que compõe as sociedades complexas urbanas. Essas questões evidenciam-se a partir da concepção de *fluxos* e *fixos* elaborada por Milton Santos e exposta por Castrogiovanni.

As instâncias móveis das cidades, ou seja, os fluxos, são importantes, pois são eles que dão vida ao fixos [...]os fluxos também interagem, formam resistências, aceleram mudanças, criam expectativas, desconstruem o aparente rígido cenário urbano. [...] A cidade não é apenas um conjunto de elementos observados (fixos) mas o produtos de muitos construtores (CASTROGIOVANNI, 2001, p. 24).

Finalizando, o tempo é adotado como uma apropriação cultural que o materializa no espaço a partir do ser humano, o qual, por ser histórico, implica na cultura o processo histórico, colocando-a em constante mudança. Da mesma forma que a sociedade produz o espaço expressando nele e através dele suas práticas e seus tempos, por ele é produzida – “o espaço influencia também a evolução de outras estruturas e, por isso, torna-se um componente fundamental da totalidade social e de seus movimentos” (SANTOS, 1979, p. 18). Daí decorre a recursividade dos elementos que se relacionam no espaço enquanto lugar praticado.

Diante da discussão teórica apresentada, o urbano é tratado como um movimento que cruza os lugares da cidade, tornando-os lugares praticados. Práticas cujos sentidos estão contidos nas formalidades culturais que as envolvem. São práticas dotadas de sentido que ao

serem projetadas nos espaços os tornam lugares praticados, espaços vividos e significados. Nesse sentido, para compreender esses lugares praticados é necessário olhar não apenas para as formas e camadas históricas da paisagem, mas também para as práticas cotidianas que conformam os espaços de modo singular. Em suma, em uma cidade complexa estão contidos múltiplos lugares com suas materialidades específicas, sobre os quais são constituídas múltiplas espacialidades através das distintas práticas que os tornam lugares praticados e onde são expressas as múltiplas temporalidades dos variados grupos que compõem o movimento urbano, o qual produz a cidade ao passo que nela se refaz.

2.1.2 Os Produtos Turísticos: Recortes sobre a Complexidade do Espaço Urbano

Na literatura científica, o produto turístico total é formado pela infra-estrutura básica local e turística, pelos serviços oferecidos, pelas vias de acesso e por um conjunto de atrativos turísticos.

Por razões de terminologia e de esclarecimento de conceitos, diz-se que o *produto turístico total*, em sentido macroeconômico, é constituído de um conjunto de subprodutos, tais como transportes, hotelaria, restaurantes, filmes, livros, diversões, *souvenirs*, seguro, roupas para férias, etc. Em sentido microeconômico, cada um deles pode receber a denominação “produto turístico” (BENI, 2001, p. 160).

Nesse pacote, o elemento principal sob análise é a concepção de atrativo turístico. Assim, o conceito de atrativo turístico é concebido como “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (BENI, 2001, p. 297). Contudo, aquilo que é de interesse turístico não está demarcado. Assim, de modo mais específico, um “recurso natural ou cultural que atrai o turista para a visita” (IGNARRA, 2003, p. 19). Margarita Barreto (2000) e Reinaldo Dias (2005) também dividem os recursos turísticos em naturais e culturais, sendo incluído os eventos em uma categoria a parte na abordagem de Doris Ruschmann (2000). Mario Carlos Beni (2001) categoriza os atrativos turísticos em: *Naturais*³¹; *Histórico-culturais*³²;

³¹ Relevo montanhoso, planaltos e planícies, litoral ou costa, dunas, terras insulares, hidrografia, pântanos, quedas-d’água, fontes hidrominerais, parques, reservas de fauna e flora, grutas, cavernas, áreas de caça e pesca.

³² Monumentos, arquitetura, legados culturais, sítios, instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer.

*Manifestações e usos tradicionais e populares*³³; *Realizações técnicas e científicas contemporâneas*³⁴.

Ignarra (2003) também pontua os recursos naturais como passíveis de serem transformados em atrativos turísticos. Dentre eles estão o ar, o clima, os acidentes geográficos, o terreno, a flora, a fauna, as massas de água, as praias, as belezas naturais, o abastecimento de água potável, etc. Dentre os recursos culturais, o autor demarca: o patrimônio, a arquitetura, os acervos protegidos em museus, a cultura popular, a gastronomia típica, o artesanato, o folclore, os eventos, a música, a literatura, etc.

Os elementos acima pautados dizem respeito essencialmente à paisagem natural ou edificada, a eventos, a atividades de produção e ensino, a elementos culturais abordados através de suas singularidades, sendo que nessa última instância não há uma intersecção dessas exotocidades com o universo ordinário que as cerca, permitindo o entendimento do contexto cotidiano em que estão inseridas. Essa questão é posta em evidência na reflexão de Mario Carlos Beni: “os elementos turísticos primários de um país, que constituem sua oferta original, são ‘bens livres’ e, mais particularmente, no que concerne ao patrimônio turístico, são atrativos que provém quer da natureza quer dos legados histórico-culturais” (2001, p. 163).

Ainda, Ignarra (2003) evidencia que a diferença e o sentido de unicidade são fundamentais. Questão igualmente levantada por McKercher e Du Cros (2002). Para os teóricos, o recurso deve possuir alguma característica única para que seja atrativo, pois nem tudo é atrativo turístico – o que indica que o que é atrativo constitui-se como um contraponto àquilo que é ordinário. De forma consensual entre os teóricos citados, são as características singulares de um recurso que determinam a sua potencialidade turística. Firmando a idéia que põe o exótico no cerne da atração, conforme já discutido.

Os recursos turísticos, transformados em atrativos turísticos quando acessíveis ao turista, são definidos como “todo elemento que por si mesmo ou em combinação com outros seja capaz de gerar deslocamento turístico” (DIAS, 2005, p. 61). Reinaldo Dias salienta que “para que um recurso, seja ele qual for, torne-se um atrativo turístico, ele deve ser embalado para o cliente, ou seja, o turista” (DIAS, 2005, p. 62). Beni (2001) denomina os recursos turísticos como oferta original, utilizando a classificação de Pierre Defert (apud BENI, 2001) para caracterizá-los: Hidromo (recursos hídricos); Fitomo (recursos da fauna e da flora);

³³ Festas, comemorações, atividades (religiosas, populares e folclóricas), gastronomia típica, artesanato, feiras e mercados.

³⁴ Exploração de minério/agrícola/industrial, obras de artes e técnicas, centros científicos e técnicos; Acontecimentos programados – congressos, convenções, feiras e exposições, outros.

Litomo (recursos da paisagem geológica); Antropomo (atividades antigas e modernas do homem). Ainda, sob a perspectiva do Marketing, Ruschmann (2000) ressalta que uma mesma destinação pode ter diferentes produtos turísticos, variando de acordo com as possibilidades oferecidas pelos distintos recursos e de acordo com a demanda segmentada. O mesmo realiza Mario Carlos Beni.

Os maiores segmentos desse mercado [do turismo], por afluência de turistas, são: turismo de descanso ou férias; de negócios e de compras; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos, convenções, encontros e similares; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico (BENI, 2001, p. 153).

Nesse contexto, a segmentação do mercado acarreta na separação de esferas entrelaçadas na localidade. Desse modo, o resultado corresponde a um recorte mercadológico simplista sobre a complexidade do local, uma vez que alguns elementos são identificados como passíveis de serem transformados em atrativos turísticos, enquanto outras instâncias que envolvem esses recursos acabam sendo descartadas por serem ordinárias para serem “embaladas” junto ou por não se enquadrarem na proposta do segmento de mercado.

Partindo da premissa de que o principal foco da concepção dos atrativos turísticos é menos a complexidade do local e mais a perspectiva global do turista, as instâncias singulares presentes essencialmente na paisagem tornam-se centrais na concepção de atrativo turístico, na medida em que o ver, o admirar, o contemplar caracterizam a experiência turística proporcionada no contexto de massa – o “turista é muito sensível aos cenários, pois seu principal interesse está voltado para o aspecto visual dos lugares e para aquilo que ele tem de pitoresco, de diferente e atrativo aos sentidos” (SILVA, 2004, p. 32). Não é a toa que as belezas da paisagem, as singularidades dos fixos e as manifestações culturais cristalizadas³⁵ são os elementos a serem visitados em um roteiro turístico.

Segundo Maria da Glória Lanci da Silva (2004), para tornar atrativa a paisagem de uma cidade, sob o enfoque turístico, haveria seis diferentes paisagens temáticas através das quais as cidades seriam planejadas de forma a serem caracterizadas como turísticas: cenários europeus, cidades históricas, praias urbanizadas, praias rústicas, cidades do interior, complexos turísticos e centros metropolitanos. No caso dos centros metropolitanos, a autora afirma que cidades como São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizontes não são consideradas turísticas. No caso de São Paulo, Silva (2004) acredita que isso ocorra devido ao fato de a

³⁵ Quando são transformadas em espetáculo e deixam de ser espontâneas, sofrendo novas determinações de tempo e perdendo o sentido sagrado do ritual.

imagem da cidade estar relacionada ao trabalho e ao desenvolvimento econômico. Questões que são comuns em qualquer organização social que, justamente por serem instâncias familiares, ao serem postas em destaque nas imagens e imaginários dos turistas sobre uma determinada cidade acabam por não permitirem o desligamento do sujeito da vida cotidiana, ou o consumo do diferente, ou ainda a experiência da anti-estrutura – pressupostos para caracterização da experiência turística. Contudo, a cidade exerce uma forte atração nos viajantes devido a sua condição de metrópole, oferecendo uma gama variada de opções culturais e possuindo uma concentração de pessoas inseridas em um ritmo intenso (SILVA, 2004). Mesmo diante dessas atratividades, a cidade acaba não sendo reconhecida como turística.

O interessante é perceber que os elementos mencionados pela autora não dizem respeito à paisagem, mas sim ao movimento da cidade, aos sujeitos que por ela circulam e tornam seus lugares praticados. Nesse sentido, o movimento parece ser um elemento dos centros metropolitanos com forte atratividade. Todavia, não se enquadra no repertório daquilo que é considerado como atrativo turístico, através do qual a cidade é classificada como turística ou não. Em contrapartida, as cidades Rio de Janeiro, Salvador e Recife³⁶ seriam consideradas cidades multifuncionais em uma perspectiva voltada ao turismo, uma vez que oferecem as características dos centros urbanos e outras atrações, como o patrimônio representativo da história nacional e belas paisagens litorâneas (SILVA, 2004). No caso em que as cidades mencionadas são consideradas como turísticas, além do movimento urbano, esses destinos apresentam outros elementos que os dão status de cidade turística: as belas praias remetem mais uma vez à paisagem, geralmente associada ao imaginário de paraíso; o patrimônio, em sua grande maioria, está associado à materialidade das camadas históricas presentes também nas formas cristalizadas na materialidade que compõe o espaço urbano, apesar de a cultura imaterial já ser admitida como patrimônio. Outra análise vem a complementar a discussão levantada. Sobre a cidade de São Paulo, Adriana de Menezes Tavares diz:

São Paulo, apesar da grande importância que detém no cenário nacional, e mesmo mundial, ainda hoje não é vista, pela população em geral, como importante pólo receptor em termos turísticos. A cidade vem se consolidando sua imagem como tal mas isso, até o momento, ocorreu somente para o turismo de negócios e de eventos. Não existe o reconhecimento turístico da cidade, ou seja, ela é pouco reconhecida pelo seu patrimônio, sua cultura e pelas amplas opções de lazer que

³⁶ Vale ressaltar que essas cidades podem ser enquadradas em duas categorias levantadas por Silva (2004): tanto a de centros metropolitanos quanto a de praia urbanizada.

oferece aos turistas. Edifícios, monumentos, museus, teatros e outras construções de São Paulo dificilmente são reconhecidos como atrativos turísticos (2002, p. 18).

Para a autora isso ocorre porque a cidade não é vista como turística, acarretando em uma dificuldade em reconhecer como turísticos elementos mesmo com atratividade. Nesse sentido, Silva (2004) chama atenção para a necessidade da cidade *parecer* turística. Para tornar uma cidade turística, Maria da Glória Lanci da Silva (2004) acredita que o espaço urbano passaria por um processo de cenarização na medida em que o planejamento do Turismo teria por objetivo a criação de paisagens que fossem atrativas turisticamente perante as expectativas da demanda, assim, realizando um planejamento fundamentado nas seis temáticas identificadas pela própria autora, as quais facilitariam a identificação pelo turista daquilo que é atrativo nos espaços: essencialmente a atratividade contida nas formas e elementos fixos da paisagem. Defende, então, que há um repertório específico de imagens e uma estética visual (agradável, harmoniosa, limpa) que determinam as paisagens dos lugares como turísticos – as seis temáticas apontadas – os quais facilitam a identificação ou categorização dos recursos pelos turistas, tornando as cidades não somente atrativas, mas turísticas e, ao mesmo tempo, comuns. Desse modo, a paisagem é tratada como uma construção social possível quando um observador a constrói mediado pelo universo simbólico que possui, categorizando-a como turística, por exemplo. Assim, a paisagem constituir-se-ia através da percepção do sujeito, por meio do processo de construção da realidade. É nesse sentido que o repertório, por meio do qual ocorre a construção da paisagem turística, apontado por Silva (2004) ao criar as seis categorias estéticas, deve ser entendido enquanto um conjunto de sentidos e valores que orienta a lógica da interpretação dos lugares realizada pelos produtores do Turismo.

Seria oportuno, assim, ampliar o referencial de apropriação da paisagem, passando do belo para o estético. Com efeito, a apropriação estética é fundamental na construção da paisagem. Entenda-se o estético como se referindo não à beleza, mas ao universo mais amplo, complexo e rico de percepção [...] as condições de “legibilidade” e “imaginabilidade” da paisagem (Berleant) ou sua capacidade de preencher uma expectativa formal (Cauquelin) constituem fatores importantes da apropriação estética [...] a paisagem, portanto, deve ser considerada como objeto de apropriação estética e sensorial (MENESES, 2002, p. 31-2).

As cidades Rio de Janeiro, Salvador e Recife podem ser classificadas como turísticas a partir da intersecção de duas categorias estéticas apontadas por Silva (2004), a de centros metropolitanos e a de praia urbanizada. Já a cidade de São Paulo está inserida somente no contexto dos centros metropolitanos. Diante dessas relações, penso que o espaço urbano e seu

movimento ainda não são elementos relacionados ao repertório sobre o que é turístico, mesmo possuindo uma forte atratividade. Assim, para os centros metropolitanos seria necessária a presença estética de outra paisagem idealizada como turística, pois o movimento urbano parece não estar relacionado, pelo menos, ao terno turístico. Ainda, o movimento transcenderia a concepção de paisagem na medida em que esta última remete a uma visualidade e não à dinâmica do fluxo urbano.

A propaganda turística exerce papel fundamental na disseminação desses códigos, símbolos, valores, imagens, imaginários, pois “a publicidade elaborada para o turismo faz da paisagem o objeto de consumo e define a atratividade em si: faz-se turismo para viajar, para ter novas experiências, para encontrar pessoas, mas para, sobretudo, ver” (SILVA, 2004, p. 21). Contudo, a disseminação do universo simbólico que determina aquilo que é próprio de ser classificado como atrativo turístico, ou simplesmente turístico, vem perpassando as gerações de viajantes desde o século XVII. A reprodução ocorreu por meio de diferentes meios de difusão: relatos contidos nos diários dos viajantes dos séculos XVII e XVIII (*Grand Tour*); descrições e dicas em guias de viagem; narrativas de guias de turismo de passeios guiados; reportagens de revistas especializadas; comunicação voltada ao mercado turístico.

Conforme já argumentado, Marc Boyer (2003) demonstra que “o turismo contemporâneo é herdeiro das formas elitistas. Passou-se de um pequeno número às massas sem revolucionar o conteúdo” (BOYER, 2003, p. 31). Ou seja, os *gate-keepers*³⁷, ao mergulharem nos sentidos que circulam no social para, então, repassarem suas informações, acabaram por manter um círculo hermenêutico, através do qual não houvera uma ruptura com os valores românticos que motivavam as grandes viagens (*Grand Tour*). Assim, a concepção sobre o que deve ser apreciado na experiência turística foi reproduzida desde a época romântica. O olhar romântico está presente desde a literatura de viagem, produzida no século XVIII, até as informações produzidas na atualidade. Afirmativa sustentada nos pensamentos de Boyer (2003), o qual afirma que o conteúdo apresentado pelos *gate-keepers* não mudou muito seu repertório - “suas grandes coleções renovam muito pouco as suas escolhas, as suas hierarquias e os seus epítetos” (BOYER, 2003, p. 61). Os guias de viagem apropriaram-se do código romântico, realizando a divulgação das hierarquias referentes ao que merece ser apreciado - “há dois séculos, os Guias, de tanto copiarem a si mesmos, conseguiram transferir ao Turismo de massa contemporâneo a ideologia romântica: o povo turista de hoje está em busca do exotismo dos privilegiados do século 19” (BOYER, 2003, p. 62).

³⁷ Aquele que tem a chave da cultura (BOYER, 2003); ou seja, aquele que dispõe de informações sobre o local a ser conhecido.

Um olhar historicamente construído. Conforme põe em evidencia Valéria Salgueiro (2002), os deslocamentos desses viajantes, os *grand turistas*, emergiram na Europa já no século XVII, acentuando-se no século XVIII, em um contexto marcado por transformações geradas pela Revolução Industrial (Inglaterra) e pelo movimento Iluminista (França). Conjectura que viria a permitir, mais tarde, o desenvolvimento do turismo não apenas em função dos futuros avanços tecnológicos, mas igualmente pelo sistema que se instaurava: o capitalismo. Um período transitório marcado pelo fortalecimento político e econômico da burguesia, pelo princípio da propriedade privada dos meios de produção, pelo trabalho assalariado, pelo princípio da mais-valia e dos valores iluministas, pelo surgimento de novas tecnologias e das cidades industriais. O *Grand Tour* surgiu nesse panorama, chegando até o século XIX.

Ao final do século 17, o turismo era essencialmente praticado por filhos da aristocracia e da chamada *gentry* (pequena nobreza). Mas, aos poucos, essa clientela foi se ampliando, de modo que, ao final do século 18, o *Grand Tour* estava já firmemente estabelecido para os filhos da classe média urbana melhor situada, formada por burgueses prósperos e emergentes do setor de serviços que a indústria indiretamente engendrava. [...] O fenômeno do *Grand Tour* foi, contudo, acima de tudo inglês, e isto se explica pelas circunstâncias vividas por aquela nação à época: a Inglaterra havia triunfado na Índia e na América do Norte, e era a nação que estava liderando o mundo no comércio e nos métodos industriais e agrícolas de produção. Grupos nacionais, direta ou indiretamente se beneficiavam da geração de riqueza no próprio país e por todo o mundo sob seu controle, o que fazia aumentar, mais do que em qualquer momento anterior, o dinheiro para gastar com o prazer. (SALGUEIRO, 2002, p. 291-293).

Os primeiros impulsos nas viagens verificaram-se no período da Revolução Industrial, na Inglaterra do século XVIII, se disseminaram pelo mundo, intensificando-se em fins do século XIX, com a revolução nos meios de comunicação. Foi, porém, a partir da segunda metade do século XX, que o turismo se transformou em um fenômeno de maior relevância para as sociedades contemporâneas (ASHTON, 2006, p. 13).

Meneses (2004) também reconhece na Revolução Industrial o contexto em que emergiram as viagens que culminariam no turismo moderno, com o desenvolvimento de novas técnicas e equipamentos, dos meios de transporte, da dinamização dos meios de comunicação, das relações de trabalhos cada vez mais complexas e das cidades industriais. Não é por acaso que Moesch (2000) afirma que o turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo. Da mesma forma, as motivações que impulsionaram a realização do *Grand Tour* estão imbricadas a esse contexto transitório, sendo produtos dos valores neoclássicos e românticos.

O pensamento Iluminista romperá com conflitos existenciais. Assim, o teocentrismo dera lugar ao antropocentrismo, surgindo a concepção de sujeito e fazendo imperar a razão no lugar do absolutismo divino. Uma perspectiva histórica sobre a literatura, e as artes de modo amplo, ajuda a compreender as transformações no âmbito simbólico. Os escritores do período Neoclássico, chamado também de Arcadismo, almejando contrapor a visão Barroca e iluminados por novos ideais, buscavam representar a liberdade de viver os prazeres da vida sem o sentimento de culpa diante dos deuses, desvinculando-se dos dilemas entre céu e a terra que marcaram o período Barroco. Ainda, na antemão da expressividade rebuscada das obras Barrocas, a simplicidade constitui, juntamente com o anseio por uma natureza harmoniosa (o bucolismo), os sentidos-chave no período neoclássico. O bucolismo surgiu, também, frente à desqualificação das cidades industriais, a qual levava à fuga da cidade para o campo, onde se poderia desfrutar o dia (*carpe diem*) de forma prazerosa em lugares tranquilos e de belezas naturais. Ainda, diante dos valores do Iluminismo, as questões existenciais foram deixadas de lado em detrimento da vivência intelectual do autor, geralmente relacionadas ao do conhecimento da cultura milenar greco-latina. Por outro lado, como uma proposta de ruptura do modelo neoclássico, o Romantismo viria a trazer a exaltação da subjetividade (buscando a sensibilidade perdida pela razão), da imaginação criadora e da liberdade para romper com ideais estéticos do neoclassicismo. Caracterizado pela fuga e evasão do tempo e do espaço, no romantismo a sociedade, a natureza, o homem e amor seriam idealizados.

Como o viajante dos *Anos de Peregrinação* de Liszt, o pintor evocará na paisagem o prolongamento de sua melancolia ou dos seus sonhos. Não se tratará realmente de um programa nem da observação direta de um sítio, mas da escolha de elementos eleitos em função do seu valor sentimental (CLAUDON, 1986, p. 17).

As paisagens exóticas e a figura do herói tornaram-se centrais. Ademais, a melancolia estava presente nas tramas românticas, assim como o nacionalismo. Surgira a percepção sobre o tempo e seu esvaecimento constante. Esse olhar sobre a historicidade fizera com que o conhecimento da história representasse o encontro com as tradições do sujeito. No período romântico destacam-se as temáticas sobre o tempo que passa irrevogavelmente, o sentido da lenda e do sonho, o gosto pelas ruínas e pelas antiguidades, o qual se vigorara em decorrência das descobertas arqueológicas (Herculano e Pompeia, 1755) (CLAUDON, 1986, p. 14).

Conforme contextualiza Meneses (2004), os valores suscitados no período romântico estariam direcionados para a busca do conhecimento da própria cultura e das culturas

exóticas, além do reconhecimento do patrimônio memorialístico como um marco da herança cultural. Ainda, pertinente ao cenário apresentado, Boyer (2003) trata como uma Revolução Turística o conjunto de valores que aí se conforma:

O turismo foi inventado. As primeiras antecipações datam do século 16, com alguns viajantes humanistas que tiveram curiosidade pela Itália e o apetite pela Antiguidade. [...] As grandes descobertas datam do século 18: propus chamar o seu conjunto de Revolução Turística. Surgiram então o amor pelo campo, que se tornara lúdico, a transformação das práticas populares de uso das águas no termalismo mundano [...] no desejo de ir aos limites [...] O Romantismo prolongou estas invenções com sua descoberta do exotismo no tempo e no espaço (BOYER, 2003, p. 19).

O teórico menciona, ainda, a positivação da montanha, a qual era temida e considerada como terrível, o surgimento da curiosidade sobre os Alpes a partir do século XVIII, o interesse pela aventura, a utilização do esqui como esporte de diferenciação da elite britânica, o olhar melancólico sobre os lagos, a admiração sobre as paisagens naturais, os belvederes e a relação dominante-dominado, a supervalorização da história (quanto mais antigo melhor), a descoberta do corpo com a valorização dos balneários. A descrição dos *grand turistas* empreendida por Salgueiro vem a reiterar a percepção de Boyer (2003).

grand tourist, conforme era chamado o viajante amante da cultura dos antigos e de seus monumentos, com um gosto exacerbado por ruínas que beirava a obsessão e uma inclinação inusitada para contemplar paisagens com seu olhar armado no enquadramento de amplas vistas panorâmicas, compostas segundo um idioma permeado por valores estéticos sublimes. Um viajante dispoendo acima de tudo de recursos e tempo nas primeiras viagens registradas pela historiografia da prática social de viajar por puro prazer e por amor à cultura (SALGUEIRO, 2002, p. 291).

Meneses também observa que na literatura de viagem do século XVIII havia

uma atração pelo exótico, por culturas diferentes e pela história de outros povos [...] contribuindo] para a visão valorativa das construções materiais do passado, estimulando certa vontade de reprodução das condições cenográficas que remetessem a eventos romanceados por ela.

A literatura romântica, de forma inequívoca, vai contribuir para a visão valorativa das construções materiais do passado, estimulando certa vontade de reprodução de condições cenográficas que remetessem a eventos romanceados por ela. [...] Essa literatura romântica fundamenta-se, sobretudo, na busca da evasão – no sonho, no passado, no exotismo e no fantástico – e traz consigo o valor da história (2004, p. 37).

Diante dessa observação, Meneses (2004) reafirma os valores românticos já contextualizados, geradores de uma visão idealizada da vida, destacando uma supervalorização da história. Também, demonstra as conseqüências práticas que esses valores

imputam, levando a colocar no centro das atenções o patrimônio material, por exemplo. O autor conclui que o turismo cultural, o foco de sua análise, emerge desse

ambiente romântico de descobertas e de construções de valores que buscam memorizar o passado, lembrá-lo, apreendê-lo, guardá-lo, co-memorá-lo. Uma Complexa origem histórica – Revolução Industrial, Revolução Francesa, Romantismo – enquandra o turismo moderno em um contexto que o faz nascer, essencialmente, como um turismo cultural (2004, p. 39).

Tratando acerca desses valores românticos, perpassando a literatura de viagens do século XVIII, Valéria Salgueiro (2002) indica uma ligação entre as motivações do século XVIII e os atrativos de massa contemporâneos. Conforme expõe a autora, as experiências dos viajantes do *Grand Tour* tinham como motivação o culto ao antigo e o desenvolvimento cultural do *Gand Turista*. Dentro desses interesses amplos, surgiria a busca pelas antiguidades, o gosto pelas ruínas, o interesse pelo conhecimento da história da humanidade e pelas artes, assim como a produção de pinturas artísticas para reter as paisagens encontradas, denunciando o culto ao sublime. Desejos que remontam ao período transitório descrito, em que o *Grand Tour* emerge, entre os séculos XVI e XVIII, com o prolongamento do Romantismo até o século XIX. Os destinos mais procurados pelos *Grand Turistas* eram as grandes cidades, por exemplo, Paris, Roma, Veneza, entre outras. Destacava-se a busca da história da humanidade e da apreciação das artes. Cidades que se têm mantido na atualidade enquanto destinos clássicos, juntamente com os valores que perpassaram gerações de turistas. A contemplação da paisagem natural também se constituía enquanto prática prazerosa, de forma que o visual passou a marcar as experiências turísticas desde o século XVIII (SALGUEIRO, 2002).

Há diferenças que distanciam o *Grand Turista* do Turista de Massa, como, por exemplo, a relação lazer/trabalho, a qual não existia para os filhos da aristocracia, ou a tecnologia dos dias atuais (SALGUEIRO, 2002). No entanto, permanecem instâncias através das quais esses dois viajantes podem ser relacionados numa linha contínua. Essa questão fica evidenciada na conclusão de Salgueiro.

Algo parece unir, porém, o antigo grand tourist aos mass tourists contemporâneos [...] Referimo-nos às fantasias de qualquer viagem, igualmente projetadas pelo olhar contemporâneo e que, tal como o olhar do turista "clássico", é um olhar gerador de uma visualidade. Seus contornos, contudo, ainda não permitem ser plenamente percebidos, transcendentemente dos registros visuais que fazemos com modernas câmeras fotográficas e filmadoras digitais — apontadas ainda hoje para monumentos, paisagens e cenários —, com o eterno desejo de reter o tempo e uma vez mais estimuladas pela recorrente nostalgia humana do passado, hoje também globalizada. (2002, p. 308).

Esses valores foram reproduzidos não somente no âmbito do senso comum, visto que estão intrínsecos nas concepções acadêmicas contemporâneas, conforme fica visível na breve revisão teórica realizada por Maria Sandra Guerra Ashton (2006) sobre a concepção de atrativo turístico. A autora destaca a divisão entre os atrativos naturais e os construídos, comumente realizada entre variados teóricos, conforme apresentado anteriormente. Segundo a autora, “dentre os atrativos construídos, muitos são produtos da história e da cultura, como a variedade de museus e galerias de arte [...]. Nessa diversidade, existem ainda prédios históricos” (ASHTON, 2006, p. 15).

Nesse contexto, Marc Boyer (2003), Meneses (2004) e Salgueiro (2002) parecem apontar para um mesmo desfecho. O conteúdo do que é atrativo teria perdurado ao longo do tempo, fazendo com que a concepção contemporânea de atrativo turístico seja feita das reminiscências da percepção dos viajantes do século XVIII. Tendo em vista que os elementos de uma sociedade cristalizados nos fixos e nas formas da paisagem são valorizados, a visualidade aparece enquanto traço inerente a essa concepção.

Essa visualidade é favorecida pela forma como os produtores do turismo têm realizado suas interpretações sobre a complexidade do local. Meneses (2004) chama atenção para o uso cultural da cultura, enfatizando também que esse olhar é construído, adquirindo um caráter histórico cultural. Indo um pouco além, Meneses (2004) observa que tanto os historiadores quanto os turismólogos constroem interpretações sobre o objeto em foco.

O exercício teórico e prático do turismólogo que se dedica ao planejamento e desenvolvimento de um turismo cultural tem sua base fundamental na interpretação de manifestações culturais que ela apreende, inventaria, documenta e transforma em atrativo turístico para pessoas que buscam conhecer o outro e transformar esse conhecimento em momento de abstração e fruição prazerosa. [...]

Interpretar, assim, é produzir um significado para as coisas que as pessoas vêem e buscam usufruir prazerosamente nas suas vivências como turistas. É tornar possível um entendimento daquilo que não é cotidiano de quem vê; daquilo que, na maioria das vezes, é exótico e aguça a curiosidade de saber e apreender. A atividade turística tem na sua essência a informação interpretativa que lhe é, assim, imprescindível e fundamental (MENESES, 2004, p. 42-55).

Portanto, a produção do atrativo turístico está fundamentada no processo interpretativo que os produtores do turismo exercem ao construírem a realidade turística enquanto um recorte específico sobre a complexidade do local. Dessa forma, são construídos cenários turísticos, a partir das temáticas apontadas por Silva (2004), para que os espaços sejam reconhecidos como turísticos. Assim, a concepção, mesmo que tácita, sobre o que é

turístico molda a forma como a cidade é apresentada nas interpretações vendidas nos produtos turísticos. Meneses (2004) critica o método interpretativo dos produtores do Turismo.

Em um primeiro momento Meneses (2004) menciona a dicotomia entre patrimônio material e imaterial. Segundo o autor, o patrimônio material representaria as construções físicas e o imaterial as construções mentais, culturais, valorativas e simbólicas. No entanto, observa o teórico, essa dicotomia do conceito de patrimônio apresenta-se como um problema a sua interpretação. Isso porque o universo imaterial medeia os sentidos, valores e significados; logo o patrimônio apresentaria uma dialógica entre as instâncias materiais e imateriais. Dessa forma, a separação desses elementos inter-relacionados impediria uma leitura capaz de apreender a dimensão cultural. Para dificultar ainda mais a interpretação histórico-cultural da sociedade exótica que se quer conhecer, a abordagem utilizada no Turismo prioriza um contexto dado, um recorte histórico de um tempo passado. Ou seja, não admite a história como processo, no qual o presente problematizado representaria o local fundamental para interpretar o passado e, num movimento retrógrado, compreender o próprio presente.

De acordo com Meneses (2004), esta interpretação é precária e a partir dela há uma monumentalização dos eventos e uma musealização da experiência, ou seja, quando os acontecimentos e as materialidades não são problematizados e vistos sob uma perspectiva processual, tornando-se objetos materiais expostos à curiosidade. Para o autor o patrimônio é vivo, contém em si a condição histórica de uma sociedade e, conseqüentemente, o presente no qual o monumento é apropriado, resignificado, ou tem o papel de manter vivo um sentido identitário que se mantém ao longo do tempo. Portanto, a cultura e a história devem ser interpretadas a partir da vivência cotidiana da população que se quer compreender. Assim, “pensar o patrimônio social de uma sociedade é pensar a própria sociedade e problematizar sua existência e sua forma de participação na vida” (MENESES, 2004, p. 49). A partir dessas questões, o autor propõe uma metodologia interpretativa que permita tratar de forma complexa essas relações entre passado e presente, paisagem e fluxos de modo a permitir uma experiência interpretativa problematizadora e não apenas visual.

a interpretação deve ser geradora de questionamento, de interrogações estimuladoras de curiosidade, de reflexão. Ela deve ser apresentada como um problema histórico, artístico, sociológico ou cultural. Só assim o turista busca re-interpretar e ter prazer com o entendimento do qual participa da construção (MENESES, 2004, p. 56).

Contudo, a sua metodologia ainda representa um desafio, pois as interpretações turísticas estão pautadas nas cristalizações das paisagens naturais e construídas, nos elementos com valor histórico notável e nas singularidades alheia; seja na forma de folclore ou através dos espetáculos de autenticidade. Dessa forma, continuam a reproduzir os valores românticos e, a partir deles, indicam o que deve ser contemplado nos roteiros propostos, sem levar à problematização.

Os roteiros turísticos, enquanto mediadores da experiência de percorrer e conhecer a cidade, influenciam nas percepções dos sujeitos sobre a totalidade do local. Isso porque, “um roteiro, não é somente seqüência de atrativos a serem visitados, é também uma importante ferramenta para a leitura da realidade existente e da situação sociocultural vigente na localidade” (TAVARES, 2002, p. 14). De acordo com Adriana de Meneses Tavares (2002), os roteiros são importantes produtos para a comercialização do Turismo, pois enquanto “itinerários de visitação organizados” (TAVARES, 2002, p. 7) permitem que o turista se localize e identifique os atrativos nos contextos complexos, facilitando o consumo. Analisando esses passeios de reconhecimento³⁸, Tavares acredita que “esse tipo de roteiro é normalmente oferecido em cidades mais populosas e desenvolvidas, cujos atrativos estejam dispostos de forma complexa em seu território” (2002, p. 36). Esse âmbito teórico demonstra que as interpretações estão orientadas por uma lógica capitalista, onde a complexidade apresenta-se como entrave ao consumo.

Ainda, diz a autora, os roteiros turísticos são produzidos de acordo com as expectativas da demanda, tratando de colocar em evidência as instâncias singulares do local. Apontando os agentes organizadores desses roteiros turísticos interpretativos, Tavares (2002) menciona os órgãos públicos, as agências de viagens receptivas ou emissivas, os guias turísticos e as revistas especializadas. Tendo em vista que esses roteiros turísticos são produzidos visando ao mercado, o princípio da interpretação está sustentado em uma abordagem genérica ou específica da cidade pautada nas motivações da demanda específica. Aí entram as variadas tipologias mercadológicas³⁹, o que acaba por segmentar a própria leitura da cidade, simplificando-a para o consumo rápido e controlado, visto que as instâncias segmentadas estão relacionadas de forma complexa no espaço urbano. Os passeios guiados podem ser divididos em: básicos, *by night*, panorâmicos, monumentais e por motivação. Esses diversos tipos aparecem na programação das agências das grandes cidades que possuem oferta

³⁸ *City-tour*.

³⁹ A autora cita os históricos, culturais e de compras.

turística variada, a qual é formada por diferentes “recursos” de grande atratividade que permitem a elaboração de roteiros diferentes entre si (TAVARES, 2002).

Mesmo quando se pensa a partir de uma segmentação mercadológica, Tavares (2002) adverte que os recursos oferecidos pelos centros urbanos não se resumem aos monumentos e edifícios isolados, mas estão inseridos no ambiente urbano como um todo. Contudo, Tavares conclui que em decorrência da breve permanência do turista e da experiência essencialmente visual, esse provavelmente não consiga perceber a alma do lugar, ficando em sua memória a porção visual experienciada.

Ao analisar os roteiros oferecidos na cidade de São Paulo, Tavares (2002) observa que as agências de viagem trabalham sobre as seguintes motivações: cultural – essencialmente visita a museus; histórico – ênfase no desenvolvimento histórico da cidade; gastronômico; igrejas; compras; parques temáticos. As temáticas desenvolvidas pelo poder público estão focadas: no ambiental – visita a parques da cidade; no histórico; no cultural – museus e centros culturais; igrejas. Nessas temáticas, os fixos, a paisagem e as atividades culturais institucionalizadas são predominantes, enfatizando como atrativo turístico a paisagem natural ou construída e seus elementos de valor histórico notável. A teórica chama atenção para a necessidade de apresentar os atrativos através de uma visão que abarque o movimento que envolve as instâncias fixas do espaço, mas não indica, necessariamente, que o movimento seja um atrativo turístico em si.

Concluindo, a concepção de atrativo turístico, que teoricamente marcaria as interpretações dos produtores do Turismo, dialoga com o olhar do turista construído historicamente. Um universo simbólico concebido sob a lógica capitalista e expresso nas práticas mercadológicas dos produtores do Turismo. A questão levantada demonstra o possível compartilhando desses olhares entre produtores e consumidores. Isso se deve ao fato de os produtores do turismo estarem orientados para as expectativas da demanda, formatando o espaço em produtos turísticos passíveis de serem caracterizados como turísticos e, assim, serem facilmente consumidos através da sua visualidade. Nessa perspectiva teórica, a experiência turística, enquanto uma experiência marcada pela visualidade e pela busca do diferente, traz no cerne da atratividade a história e a cultura cristalizadas e determinadas estéticas visuais. Ao serem privilegiadas as formas da paisagem, são desconsiderados os fluxos. Ao serem focadas as exotocidades, são excluídas as familiaridades que as envolvem. Ao ser tratado o passado como um momento dado, a processualidade histórica que permite compreender as transformações sociais e culturais, além do movimento cotidiano local, fica esmaecida. Portanto, nem todas as partes e elementos da cidade são abordados pelos

produtores do Turismo - “Às vezes bairros inteiros ou pedaços da cidade são construídos para turistas, desviando a atenção, e não raras vezes camuflando, a porção da cidade ‘comum’, sem atrativos para o turista-padrão, onde as pessoas moram, trabalham e também têm seu lazer” (SILVA, 2004, p. 22). Esse desvio de atenção proporcionado pelas mediações das narrativas dos produtores do Turismo influencia nas interpretações dos turistas sobre a cidade.

Busquei apresentar os elementos relacionados ao conceito de atrativo turístico e a construção histórica dessa concepção, que vem sendo reproduzida desde o período do *Grand Tour*. O conhecimento científico sobre os atrativos turísticos permanece pouco definido, mesmo diante de algumas críticas, limitando-se a sistematizações de saberes tácitos que orientam as práticas de produção e que atravessaram, sem muitos questionamentos, diversas gerações de produtores e consumidores. É por esse motivo que neste estudo a concepção de atrativo turístico pode ser compreendida como uma Representação Social, um conhecimento do senso-comum, o qual foi sistematizado academicamente e atribuído de caráter técnico no que circunscreve a sua terminologia. Contudo, ainda sem muita reflexão crítica acerca dos sentidos que esse termo carrega e implica nas interpretações turísticas sobre o local. Esse fato deve-se às condições de desenvolvimento do fenômeno, seguido da produção de um campo científico do Turismo motivada pelo seu caráter econômico.

Retomando a relação do turismo com o capitalismo, as grandes transformações ocorridas a partir da Revolução Industrial deram as condições para o surgimento do Turismo moderno, seguindo as primeiras tendências do termalismo, cassinismo, montanhismo e paisagismo. Em 1841, Thomas Cook realizou a primeira viagem organizada, concebendo a idéia de pacote turístico. Após a II Guerra Mundial o Turismo ganhou proporções maiores, dando início ao período do Turismo de Massa (REJOWSKI, 2002). Diante desse contexto, o fenômeno do Turismo nasceu como uma prática não refletida. O conhecimento sobre o Turismo passaria a ser produzido somente a partir de 1930, tornando-se significativo em 1950. Tomando como objeto de análise as plataformas do saber turístico identificadas por Jafar Jafari (1992) é possível visualizar as características ideológicas dos estudos do turismo.

Por volta de 1960 (Plataforma de Defesa) os estudos estavam orientados para a afirmação dos benefícios econômicos que o Turismo poderia gerar – os responsáveis pelo discurso eram os membros do *Trade Turístico*. Na década de 70 (Plataforma de Advertência), diante dos impactos causados pela turistificação⁴⁰, pesquisadores das ciências sociais criticaram o Turismo, apresentando os malefícios sociais, culturais e ambientais gerados pela

⁴⁰ Realização desenfreada do Turismo através de uma prática despreocupada com as interferências negativas geradas.

prática turística irrefletida. Em torno dos anos 80 (Plataforma de Adaptação), na tentativa de um ajustamento dessas duas visões, grupos acadêmicos, juntamente com os envolvidos na produção turística, propuseram o Turismo alternativo, o qual geraria divisas sem comprometer os recursos turísticos. Considerando que nenhuma plataforma⁴¹ excluiu a anterior, a coexistência desses estudos contraditórios e complementares veio a formar a base de conhecimento para a criação de um corpo teórico, culminando na consolidação da quarta plataforma – a baseada no conhecimento científico.

Apesar da construção de um campo acadêmico de estudos nos últimos 30 anos, Meira e Meira (2006) apontam para o fato de muitas das produções científicas ainda estarem voltadas para os interesses mercadológicos, buscando a legitimação da produção científica perante o mercado ao utilizar palavras com as quais o *Trade* se reconheça, tais como indústria, organizações, desenvolvimento, impactos. É nesse sentido que os autores (2006) evidenciam a presença do discurso hegemônico (da lógica do mercado que orienta a produção científica do Turismo desde os primeiros estudos) ainda hoje no campo científico do Turismo. Por esse motivo, parte das teorias que orientam a prática no Turismo ainda se caracterizam como um fazer-saber⁴², conforme observou Moesch (2000), os quais são saberes práticos que continuam a ser reproduzidos devido à falta de reflexão científica. A reprodução é possível, seja porque esse saber é produzido pelo setor privado, o qual transmite um conhecimento tácito que dentro da academia é apenas sistematizado e repassado aos alunos sem problematização; seja porque os membros da academia acabam por não romper com esse fazer-saber ao visarem a sua legitimação no mercado, ou a aplicabilidade imediata do conhecimento científico. Desse modo, por vezes, não há uma deslegitimação do discurso prático do mercado, conseqüentemente não havendo desconstruções teóricas. Nessas circunstâncias, não é por acaso que o conhecimento sobre “o que é turístico e o que não é” ainda representa um não-dito das práticas turísticas, um saber tácito superficial, que se reproduz através do exemplo prático e/ou como um fazer sistematizado pelos pesquisadores do Turismo. Assim, há conhecimentos do senso comum sendo revestidos de caráter científico. Uma cientificidade sistemática que não questiona a lógica capitalista que vem acompanhando o desenvolvimento do Turismo.

Finalizando, indiquei a forma como os produtores do Turismo recortam a complexidade do local a partir de uma concepção sistematizada de atrativo turístico, através da qual os fixos, a história e as manifestações culturais cristalizadas são exaltados,

⁴¹ Conforme são denominadas as categorias criadas por Jafar Jafari (1992): Plataforma de Defesa, Plataforma de Advertência, Plataforma de Adaptação e Plataforma Baseada no Conhecimento.

⁴² Quando a prática antecede o conhecimento, determinando-o.

demonstrando uma inobservância do movimento que os envolve em uma dinâmica processual de produção recursivo-hologramática do espaço complexo e dos sujeitos que o praticam. Também, ficou expressa a angústia crítica dos teóricos por uma interpretação que abarque a complexidade do local através da consideração das relações estabelecidas entre espaço, tempo e sociedade.

As discussões realizadas apresentaram a pertinência dos materiais de análise escolhidos, uma vez que eles são, essencialmente, interpretações sobre a cidade de Buenos Aires. Através da análise dessas interpretações será possível verificar em que medida esta crítica teórica está relacionada com a formalidade⁴³ contida nos discursos dos produtores das interpretações turísticas analisadas neste estudo: nos roteiros auto-guiados, disponíveis no site da Secretaria de Turismo de Buenos Aires⁴⁴; no guia de viagem *Viajar Hoy*; na reportagem *As Duas Buenos Aires* da Revista Viagem e Turismo, publicada em março de 2007.

2.1.2.1 O Recorte Turístico sobre Buenos Aires e as Especificidades dos Produtores

Tendo em vista que o planejamento municipal de Turismo, em conjunto com as demais secretarias, representa o bojo das ações que dão base para a realização do Turismo, inicio a apresentação do contorno turístico aplicado sobre a cidade de Buenos Aires a partir do material e das ações realizadas pela *Subsecretaria de Turismo do Governo da Ciudad Autónoma de Buenos Aires*.

Assim, o mapa turístico de Buenos Aires, produzido e distribuído pela Subsecretaria de Turismo, traz na sua forma imagética o recorte turístico sobre a totalidade da cidade. Conforme é visível na Figura I, a área abrange os bairros dispostos de leste a nordeste, limitados pelo Rio da Prata. Nessa área, os atrativos concentram-se nos seguintes bairros: *La Boca*⁴⁵, *San Telmo*⁴⁶, *Montserrat* e *San Nicolas*⁴⁷, *Puerto Madero*⁴⁸, *Retiro*⁴⁹, *Recoleta*⁵⁰, *Palermo*⁵¹, *Belgrano*. De forma mais dispersa, alguns atrativos são pontuados nos bairros

⁴³ Especificamente nesse estudo, a R.S. de atrativo turístico enquanto um não-dito que orienta a forma de olhar, de se relacionar com a complexidade do espaço, influenciando na percepção sobre a cidade de Buenos Aires.

⁴⁴ www.bue.gov.ar

⁴⁵ El Caminito e La Bombonera – Estádio de futebol do C.A. Boca Jr.

⁴⁶ Feira de *San Telmo* – *Plaza Dorrego* – feira de antiguidades.

⁴⁷ Área central da *Plaza de Mayo*, Praça da República, Teatro Colón, da Rua Florida e da Avenida Corrientes.

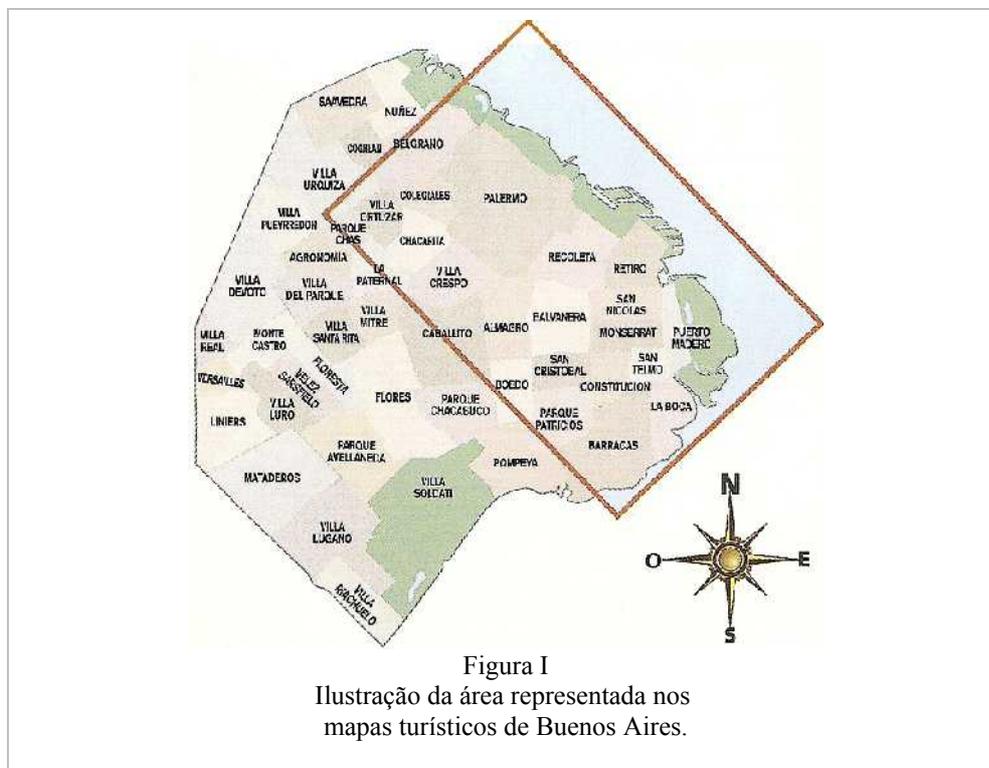
⁴⁸ Complexo do *Puerto Madero*, *Puente de la Mujer*.

⁴⁹ Local onde se encontra a antiga estação de trens.

⁵⁰ Cemitério da *Recoleta*, os palácios e suas respectivas embaixadas, *Floralis Genérica*.

⁵¹ *Palermo Soho* e *Palermo Hollywood*, Jardim Botânico, bosques de *Palermo*.

interiores: *Barracas, Constitucion, Parque Patricios, San Cristobal, Boedo, Almagro, Caballito, Balvanera, Once, Villa Crespo, Chacarita, Colegiales e Villa Ortuzar.*



Além dos principais pontos turísticos apontados, os demais pontos de interesse estão classificados no mapa em: museus; monumentos e edifícios de interesse histórico; igrejas e templos; teatros; outros pontos de interesse (Centros Culturais, Clubes, Jardins). Os cafés, os bares, as livrarias e as casas de Tango não estão demarcados. Talvez por terem um cunho comercial, por serem em grande quantidade e por não terem uma especificidade que singularize um local a ser pontuado, sem mencionar igualmente as práticas portenhas. Especificidades que parecem ser abordadas em dois roteiros guiados gratuitos oferecidos pela Subsecretaria de Turismo: *Los Bares Notables de San Telmo* e *Los Bares Notables de San Cristóbal*. Ainda, em uma sessão do portal www.bue.gov.ar da Subsecretaria de Turismo, chamada de *Aticvidades – Bue te Apasiona*, são descritos os bares, as livrarias e os cafés como “lugares secretos e passeios tradicionais”. Também, a multiplicidade da oferta cultural que a cidade oferece é posta em evidência – as atividades noturnas, as compras, os esportes, o Tango, a arte e as atividades ao ar livre. Por outro lado, os museus, os monumentos, a arquitetura e demais elementos passíveis de uma leitura histórica, específica ou pontual, cuja inteligibilidade transcende a compreensão possível pelo olhar ou pelo vivenciar, estão

inseridos na sessão *Recorridos – Bue te Guía*. Questão que demonstra uma tensão entre o movimento da vida urbana e os cenários da cidade, assim como diferentes formas de acessar esses distintos aspectos que se entrelaçam na conformação complexa da cidade.

No guia turístico de Buenos Aires, disponibilizado no portal da Subsecretaria de Turismo, um mapa da cidade aparece sem o recorte turístico e com os 47 bairros identificados. Porém, os pontos de interesse levantados situam-se nos bairros da demarcação turística apresentada no mapa acima. Nesse sentido, a Subsecretaria de Turismo oferece visitas guiadas gratuitas aos bairros de *La Boca, San Telmo, Recoleta, Palermo, Belgrano*, e nos bairros mais interiores de *San Cristóbal, Chacarita, Pompeya e Flores*. Além dos três roteiros biográficos: *Evita, Borges e Gardel*.

Dessa forma, essa área representa de forma consensual o espaço de atuação das práticas turísticas – espacialidade onde os demais produtores do Turismo desenvolvem suas interpretações e criam os produtos turísticos; traçados por onde os turistas transitam. Inseridos nesse contexto, aqui serão analisados alguns roteiros do Guia turístico *Viajar Hoy*, do *Audio Guía Móvil*⁵² e da reportagem *As Duas Buenos Aires* da Revista Viagem e Turismo de março de 2007.

2.1.2.1.1 Viajar Hoy

Distribuído gratuitamente nos postos de informações turísticas, *Viajar Hoy* é um guia turístico da Argentina. Possui caráter comercial, na medida em que é realizado através da publicação de anúncios no próprio material, mas também tem o apoio da Secretaria de Turismo da Nação e das Subsecretarias de Turismo, assim como pelo apoio da empresa privada Telefônica. O guia cobre todas as regiões do país, sendo dividido em 5 tomos: *Ciudad de Buenos Aires y Alrededores, Mar y Sierra; Patagônia; Cuyo; Centro Norte; Litoral*.

O exemplar analisado, *Ciudad de Buenos Aires y Alrededores, Mar y Sierra*, tem seu foco centrado na cidade de Buenos Aires, na região metropolitana e em áreas de serra e mar próximas. Os conteúdos são organizados de acordo com as zonas e circuitos turísticos identificados pelos editores – “Periodistas especializados em turismo que revelam cada zona del país”⁵³. Conceitualmente, as zonas e os circuitos turísticos são entendidos como: “Cuyo atractivo permite que la zona se constituya en un objetivo final de un recorrido turístico, que

⁵² Dispostos pela Subsecretaria de Turismo na sessão *Recorridos – Bue te Guia* no portal www.bue.gov.ar.

⁵³ Jornalistas especializados em Turismo que revelam cada parte do país [tradução]. Informação retirada da página www.viajarhoy.com.ar.

son subáreas geográficas con características y atractivos bien diferenciados.”⁵⁴. Dentro dessa lógica, o tomo analisado traz diferentes roteiros dentro da área consensualmente identificada como turística na cidade de Buenos Aires – desde a região leste, com o bairro de *La Boca*, até a região a nordeste, limitada pelo bairro *Belgrano* – chegando a apresentar o roteiro pelo Tigre, na área da grande Buenos Aires. Em sua maioria, os roteiros têm como local de partida a *Plaza de Mayo*, ou dividem-se em prolongamentos do ponto de chegada, por exemplo: da *Plaza de Mayo a Plaza San Martín*, dando continuidade o roteiro da *Plaza San Martín a Recoleta*. Dessa forma, optei por analisar diferentes roteiros que entre si pudessem ser interligados espacialmente. Os analisados são: *Plaza de Mayo*; *Plaza de Mayo a San Telmo*.

2.1.2.1.2 Audio Guía Móvil

A Subsecretaria de Turismo de Buenos Aires desenvolveu roteiros em áudio (*Audio Guía Móvil*) para guiarem o viajante pela cidade. Há doze roteiros: *Plaza de Mayo*, *Abasto*, *Av. de Mayo*, *Palermo Viejo*, *Montserrat*, *Puerto Maderno*, *San Telmo*, *Av. Corrientes*, *Palermo Bosques*, *Recoleta*, *Retiro* e *La Boca*. Esses podem ser baixados no site de turismo de Buenos Aires, na sessão *Bue te Guia*, em formato mp3 ou serem acessados através do celular, discando o número *8283.

2.1.2.1.3 Viagem e Turismo

A *Viagem e Turismo* é uma revista da Editora Abril. Como uma das principais revistas de abrangência nacional sobre turismo, traz reportagens sobre diferentes destinos turísticos do Brasil e do Mundo. A revista tem treze anos de publicação. A edição de número 137, publicada em março de 2007, tem a cidade de Buenos Aires como destino turístico principal. O título *Buenos Aires em Dose Dupla* estampa a capa dessa tiragem. Ainda, o nome da cidade aparece em negrito na lateral, onde ficam, como se fossem palavras-chave, as principais matérias da edição. Além de apresentar as dicas sobre a cidade, a reportagem é constituída de uma análise dos principais pacotes turísticos e uma crítica sobre o que esses pacotes oferecem e indicam como turístico na cidade. Por esse motivo, as considerações sobre

⁵⁴ Cujos atrativos permitem que a zona se constitua em um objetivo final de um recorrido turístico, que são subáreas geográficas com características e atrativos bem diferenciados [tradução]. Informação retirada da página www.viajarhoy.com.ar.

a cidade estão divididas em os *clássicos* de Buenos Aires para *iniciantes* e os lugares *modernos* da cidade para os *iniciados*, o que justifica o título da matéria. Questões que serão esmiuçadas na interpretação analítica.

2.1.3 Mediações Culturais no Olhar dos Consumidores Gaúchos Porto-Alegrenses

Pensar a cultura gaúcha como uma das possíveis mediações culturais presente no discurso dos sujeitos entrevistados requer compreender o contexto específico no qual ela se forma como uma contraposição à identidade nacional brasileira e enquanto uma identidade cultural ligada à região platina, transcendendo os limites políticos territoriais impostos pelos países que cortam essa região - Argentina, Paraguai, Uruguai e Brasil. É igualmente pertinente analisar a representatividade dessa identidade regional gaúcha inserida no contexto urbano em que vivem os porto-alegrenses entrevistados, visto que a figura do gaúcho remete à vida campeira da região do pampa platino.

Iniciando pela primeira questão pontuada, se por um viés os estereótipos entre Brasil e Argentina, conforme demonstra Gustavo Lins Riberiro (2003), são construídos a partir das diferenças entre esses dois países, em contrapartida, a imagem do povo do Rio Grande do Sul, representado pela figura do gaúcho, parece estar mais próxima do ideário identitário dos países platinos – Argentina, Paraguai, Uruguai – que do restante do próprio país, o Brasil. Que estrangeiro iria imaginar que em um país “tropical” como o Brasil existiriam temperaturas próximas a 0°C? Isso porque muito pouco das características do Rio Grande do Sul, de modo geral, e do seu povo são representadas na construção da identidade brasileira. Nesse sentido, não é a toa que, por vezes, há uma maior identificação dos gaúchos do Rio Grande do Sul com os países da região platina, uma vez que há um compartilhamento da cultura gaúcha que nessa área formou-se, sem mencionar a proximidade geográfica. Tais proximidades não diminuem com a diferença dos idiomas – decorrente da presença de colonizadores portugueses no atual espaço territorial brasileiro e colonizadores espanhóis no outro lado da fronteira.

E nossa tribo é muito mais ligada ao rio da Prata do que restante do Brasil. Tenho a nítida impressão que quando saio em direção ao Uruguai e Argentina, só muda o idioma. O resto é tudo igual. Já quando viajo acima de São Paulo, continua o mesmo idioma, mas muda todo o restante. É outro país, sem a menor dúvida [...] Não temos nada a ver com o resto do Brasil e nem eles conosco (MESE, 1998, p. 54).

Essa passagem do texto *Os gaúchos e o seu país*, escrito pelo fotógrafo gaúcho Flávio del Mese e publicado na obra *Nós, os gaúchos*, deixa transparecer o sentimento de proximidade de gaúchos do Rio Grande do Sul com os países platinos, assim como o evidente distanciamento étnico-identitário do restante do Brasil. Questão que mantém vivo o sentimento separatista em alguns gaúchos – ou, no mínimo, certa diferenciação entre nós, os gaúchos e eles, os brasileiros. Ideário separatista presente na Guerra dos Farrapos pela independência Rio-Grandense, também chamada de Revolução Farroupilha, iniciada em 20 de setembro de 1835. Contudo, esse sentimento apresenta ambigüidades, pois a derrota dos farrapos, que fez com que a província de Rio Grande continuasse a ser território brasileiro, futuro Estado do Rio Grande do Sul, é um fato comemorado pelos gaúchos nos dias atuais na chamada Semana Farroupilha, realizada no mês de Setembro, promovida principalmente pelos grupos tradicionalistas. Sobre o sentimento separatista, esse desejo por autonomia está registrado no trecho a seguir, escrito pelo fotógrafo Leonid Streliaev, igualmente publicado em *Nós, os gaúchos*:

Nós, gaúchos, já tentamos pedir demissão dessa federação de vez. A República Rio-Grandense já existiu e sua capital era a cidade de Piratini. Tem gente lamentando até hoje que não tenha dado certo. Brincamos, às vezes, que os separatistas, ou farrapos, foram pouco ambiciosos, que podiam ter incluído em seus planos, para formação de um país independente e viável, o estado de Santa Catarina e o Uruguai, o que nos asseguraria, além da pujança dos nossos vizinhos do norte e a tradição cultural dos vizinhos do sul, algumas belas praias e uma boa representação na Copa do Mundo (STRELIAEV, 1998, p. 59).

Para Ruben Oliven (apud FIGUEIREDO, 2006), a questão acerca do pertencimento do território do Rio Grande do Sul ao Brasil é fundamental na constituição de uma identidade regional gaúcha, a partir da qual são evocadas as singularidades e diferenças que contrastam com o restante do país e que não são representadas pela nação. A criação de uma identidade nacional pressupõe a dissolução das divergências culturais internas para que seja facilitada a centralização do poder e a circulação de mercadorias, concretizando a formação do Estado-Nação (BARBERO, 2003). Para isso, uma comunidade imaginada é criada de forma homogênea e coesa à custa da tentativa de supressão das identidades regionais descentralizadoras. Como um contraponto, o regionalismo “é um recorte da realidade das lutas simbólicas entre dominadores e dominados [...] qualquer unificação que assimile aquilo que é diferente encerra o princípio da dominação de uma identidade sobre a outra, da negação de uma identidade por outra” (FIGUEIREDO, 2006, p. 48).

Dessa maneira, a identidade gaúcha do Rio Grande do Sul desempenhou uma forma de resistência frente à tentativa de supressão das peculiaridades regionais realizada com a proposta de uma identidade nacional. A identidade do povo do Rio Grande do Sul tem outra peculiaridade: está enraizada em um território culturalmente delimitado, que transcende os limites territoriais políticos, uma vez que a região platina é caracterizada pelas fronteiras. Nesse contexto, Joana Bosak de Figueiredo (2006) demonstra que para compreender a formação social do Rio Grande do Sul é necessário considerar a sua inserção no contexto platino, uma vez que há nessa região “uma comunidade não apenas imaginada, mas real, que se define no embate com os governos centrais respectivos e que, apesar de aparentemente não ser vitoriosa no âmbito político, é extremamente profícua na questão cultural” (FIGUEIREDO, 2006, p. 52). Portanto, o gaúcho remonta a condições territoriais, políticas, históricas e culturais que aproximam os sujeitos mediados por essa identidade regional.

Se a diplomacia e a política esforçaram-se ao longo dos séculos em reforçar as fronteiras entre o Brasil e a Argentina enquanto limites, a cultura parece ter feito o percurso contrário, ao conseguir, na contracorrente, aproximar os territórios artificialmente afastados. [...] Nessa aproximação antinômica, a separação causada pelo Estado nacional configura um hibridismo original, de que decorre uma nova identidade, não pertencente a um ou a outro estado, mas às franjas e aos espaços constituídos no intervalo: o fronteiriço, ou seja, um mestiço transfronteiras (FIGUEIREDO, 2006, p. 57-9).

Diante desse contexto, penso que a cultura gaúcha é mediação passível de estar presente no discurso dos sujeitos entrevistados de modo mais expressivo que a mediação do universo simbólico constituído a partir da identidade nacional brasileira. Assim, algumas aproximações entre a identidade argentina e a dos “rio-grandeses” podem ser encontradas nos discursos analisados.

Contudo, na mesma medida em que uma identidade nacional não é capaz de abarcar a pluralidade das culturas regionais, uma identidade regional demonstra igualmente insuficiente para representar os múltiplos fragmentos culturais das esferas locais abrangidas na unidade da região, principalmente no que diz respeito a diversidade sociocultural contida nos espaços urbanos. Nesse sentido, da mesma forma que o gaúcho não contempla a complexidade da vida cotidiana dos portenhos, sendo apenas um dos fragmentos culturais expressos nos espaços que compõe a cidade de Buenos Aires, a identidade regional do Rio Grande do Sul, formada sobre a figura do gaúcho, também representa parcialmente a complexidade cultural que marca o cotidiano dos porto-alegrenses.

De acordo com Ruben Oliven (1992), a figura idealizada do gaúcho exclui alguns grupos sociais presentes no território do Rio Grande do Sul e suas expressões culturais: os italianos, alemães, negros e índios. Por exemplo, Porto Alegre, no final da década de 1980, possuía cerca de 2.500 casas de culto onde eram praticadas atividades umbandista e de batuque – um número expressivo acerca das práticas da cultura negra (OLIVEN, 1992). Ainda, a figura do gaúcho gira em torno do cotidiano campeiro da região dos pampas, em um contexto rural. Todavia, mesmo distante de representar o cotidiano urbano, alguns costumes da cultura gaúcha estão presentes na vida dos porto-alegrenses: a roda de chimarrão, o churrasco, o carreteiro, as apresentações de danças gauchescas mantidas pelos Centros de Tradições Gaúchas - CTGs. Esses são aspectos capazes de demonstrar a pluralidade cultural existente na capital do Rio Grande do Sul, que acaba por conformar o cenário híbrido de Porto Alegre.

As questões apresentadas acima são pertinentes na medida em que falar do porto-alegrense é falar, ao mesmo tempo, da própria cidade praticada - seja porque seus espaços contêm as expressões dos múltiplos grupos sociais que por ela circulam; ou ainda porque os sujeitos que nela habitam são feitos dela na medida em que a cidade compõe as imagens dos quadros de suas memórias e das referências memoriais contadas por seus antepassados. Se não fosse assim, não seriam porto-alegrenses. As experiências da cidade constituem imagens, códigos, sentimentos, sentidos e imaginários através dos quais os sujeitos passam a se relacionar com o mundo. Portanto, a experiência de ser porto-alegrense poderá estar expressa no discurso dos sujeitos sobre a cidade de Buenos Aires ao tentarem classificar os lugares visitados a partir de referenciais específicos àqueles que vivenciam Porto Alegre. Questões que serão contextualizadas no decorrer da análise dos discursos de acordo com a sua relevância para a interpretação.

É importante pensar que ao mesmo tempo em que Buenos Aires pode parecer distante para os gaúchos porto-alegrenses por ser um destino internacional, a cidade está logo ali: tanto no que diz respeito à proximidade geográfica e identitária (região platina), quanto no que tange à flexibilidade do trânsito de fluxos na fronteira político-econômica, através do Mercosul. Ainda, há o indicativo de uma cumplicidade cultural entre os gaúchos porto-alegrenses e portenhos, possível através de uma identidade gaúcha compartilhada em parte, posto que os costumes gaúchos representam apenas um dos múltiplos fragmentos culturais que compõe identidade dos sujeitos (HALL, 2003) e a complexidade das cidades de Porto Alegre e de Buenos Aires. Nesse sentido, turistas gaúchos porto-alegrenses ainda podem deparar-se com características contrastantes do seu dia-a-dia na experiência turística da cidade

de Buenos Aires. O que remonta à busca pelo exótico – “o que chama atenção do turista, em qualquer uma dos casos, é o diferente e o inusitado” (SILVA, 2004, p. 32). Na perspectiva de Urry (2001), o olhar coletivo seria aquele cuja atratividade residiria nos grandes centros urbanos, locais públicos e aglomeração de pessoas.

A partir dessas discussões, procurei expor algumas características do grupo entrevistado, turistas gaúchos porto-alegrenses, sem desconsiderar que a complexidade da identidade do sujeito pós-moderno não se restringe aos recortes descritivos aqui apresentados. Ressalto, por fim, que os sujeitos entrevistados são de classe média.

2.2. Aporte Metodológico de Análise e Técnica de Coleta de Expressões

A apresentação teórica que segue tem como finalidade demonstrar a técnica de coleta das expressões escolhida (Entrevista em Profundidade) e o método de análise das expressões coletadas (Análise de Discurso). Considerando que a problemática central está intrinsecamente ligada a pressupostos teórico-metodológicos que entrecruzam o campo científico da Antropologia da Experiência e da Psicologia Social, a Análise de Discurso é escolhida devido à proximidade paradigmática que tem com os pressupostos adotados nesta pesquisa em relação ao sujeito, aos processos e às condições de produção de sentido.

Considerando que a teoria das Representações Sociais traz seus pressupostos analíticos, a Análise de Discurso vem a complementar e dialogar com as discussões já realizadas no primeiro capítulo. Esse diálogo é tão possível que a Análise de Discurso (AD) é referida e tomada como suporte na obra *Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano: aproximações teórico-metodológicas* (2004), a qual é composta por artigos de pesquisadores da Psicologia Social que tratam das Representações Sociais. Valendo apenas uma última ressalva: na perspectiva da Psicologia Social toda prática seria discursiva na medida em que é simbólica, ultrapassando a prática da linguagem.

2.2.1 Entrevista em Profundidade

Também chamadas de entrevistas narrativas, de acordo com Sandra Jovchelovitch (2000), as entrevistas em profundidade dão suporte, através da maneira como são conduzidas, à análise dos fenômenos simbólicos. Em congruência com o exposto por Jovchelovitch, Goldemberg enfatiza que a entrevista em profundidade “revela o significado daquelas situações para os indivíduos, que sempre é mais amplo do que aquilo que aparece em um questionário padronizado” (1999, p. 34).

Nesse procedimento, o pesquisador deve deixar o entrevistado livre para falar sobre a temática proposta (entrevista focalizada), introduzida previamente pelo entrevistador. Posteriormente, este introduz questões do seu interesse relacionadas à narrativa do sujeito entrevistado. A análise do pesquisador paira sobre a forma como o indivíduo pesquisado constrói seu olhar sobre o objeto, dando foco à maneira como o entrevistado organiza o seu discurso enquanto narrativa. Nesse sentido, observa atentamente a lógica que permeia o discurso em detrimento da descrição precisa dos fatos relatados.

De acordo com Mirian Goldemberg (1999), esse procedimento de pesquisa relaciona-se com o método de estudo de caso e tem suas origens nos estudos antropológicos sobre as sociedades “primitivas”. Ressalva ainda que, dentre as técnicas utilizadas em um estudo de caso, a observação direta e a entrevista em profundidade não podem ser regradas, pois cada situação é única. Desse modo, as entrevistas em profundidade classificam-se como não sistemáticas, visto que não são padronizadas pelo entrevistador e solicitam respostas espontâneas. Nesta presente pesquisa, as vantagens oferecidas pelas entrevistas em profundidade são: as pessoas têm mais motivação para falar do que para escrever; maior flexibilidade para encontrar a resposta; é possível identificar as contradições; permite uma maior profundidade.

Os entrevistados foram convidados a participar através da indicação de pessoas conhecidas. Em um primeiro contato, geralmente por telefone, eram explicados os propósitos da pesquisa e a dinâmica da entrevista para, então, marcar o local e a data do encontro de acordo com a disponibilidade e preferência do entrevistado. Antes de iniciar, retomava os propósitos da pesquisa e solicitava que o entrevistado me contasse sobre suas experiências em Buenos Aires, visto que alguns já haviam visitado a cidade mais de uma vez. Antecedendo o início da transcrição de cada entrevista em anexo constam dados acerca das condições de produção e as informações padrão sobre a idade e a profissão do participante. Foram entrevistados 11 gaúchos porto-alegrenses. Diante do grau de saturação, de repetição, as entrevistas foram interrompidas.

2.2.2 O Dispositivo de Análise

Tendo em vista que a Análise de Discurso propõe-se a trabalhar nos limites da interpretação, a perspectiva teórica da Análise de Discurso vem a complementar os apontamentos teórico-metodológicos até aqui apresentados, no sentido de que há uma possibilidade de diálogo entre os pressupostos já discutidos a partir da Antropologia da Experiência e por meio da teoria das Representações Sociais. Isso porque a Análise de Discurso (AD), ao considerar os processos de produção de sentido, realiza uma articulação entre sujeito, história e linguagem através do discurso produzido. Para isso, o campo teórico da AD constrói um olhar próprio sobre as concepções que entrecruza. Considera o descentramento do sujeito, que passa a ser concebido como universal e ao mesmo tempo particular, dialogando com o conceito norteador desse estudo, no qual o sujeito é tomado como social e individual. Também, indica a relativa autonomia da língua ao considerar a sua ordem interna, mas, sobretudo, as condições externas que determinam as formas como essa é articulada, ou seja, o modo com que uma fala ao ser produzida é atravessada pelas condições históricas, pelo contexto de produção (BRANDÃO, 2004; ORLANDI, 2003; PINTO, 1999).

Na teoria da AD a linguagem passa a ser articulada ao social. Assim, extrapola analiticamente a autonomia das regras internas da língua ao considerar fatores externo. A língua é vista enquanto a base a partir da qual se materializam os sentidos produzidos pelo sujeito sob dado contexto histórico. Partindo do pressuposto acerca das condições históricas de produção, a AD traz para a discussão o conceito de ideologia como “mecanismo estruturante do processo de significação” (ORLANDI, 2003, p. 96) – tangenciando a idéia de Representação Social como mediação, enquanto saberes situados na história através dos quais outros sentidos são formulados; também margeando a discussão de Michel de Certeau sobre a formalidade das práticas, ou seja, o universo simbólico não-dito que orienta as formas de fazer carregadas de sentido. Continuando, a língua representa a condição material de existência do discurso. Todavia, a apreensão do sentido não se esgota na análise da estrutura lingüística, visto que há por traz da realização do discurso uma rede de sentidos partilhados que circula no âmbito social influenciando nas formas de conceber os discursos.

Diante dessa posição, há uma aproximação entre língua e fala no sentido de que a observação analítica não busca as regularidades internas da língua, mas os sentidos que, a partir de determinada conjuntura histórica, se materializam através da base lingüística, posta em circulação através das falas, da constituição do discurso. A partir desse viés, o discurso passa a representar o objeto de estudo central da AD.

Estudiosos passam a buscar uma compreensão do fenômeno da linguagem não mais centrado na língua, sistema ideologicamente neutro, mas num nível situado fora da dicotomia saussuriana. E essa instância da linguagem é a do discurso. [...] O ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos lingüísticos é, portanto, o discurso (BRANDÃO, 2004, p. 11).

Michel de Certeau (1994) também reflete em torno da língua e da fala, pensando a relação entre estrutura discursiva e sentido posto em circulação através do discurso. Argumenta que o código lingüístico seria o mesmo na sua estrutura para todos os indivíduos de uma sociedade. No entanto, afirma o teórico, haveria diferentes *formas de praticar* esse código, de colocá-lo em movimento. Essas *formas de fazer*, as maneiras de falar e articular as palavras, por exemplo, expressariam na sua materialidade as marcas e os sentidos presentes no contexto histórico sociocultural no qual estão inseridos os sujeitos que realizam essas práticas. Existiriam, então, diferentes *formas de fazer* envoltas por sentidos que justificariam esses modos de praticar a língua, nesse caso, mesmo sendo significados não sabidos pelos sujeitos. Debate que vem ao encontro do posicionamento teórico-metodológico central da AD situado por Michel Pêcheux (1997) acerca da discursividade como estrutura e acontecimento.

Nos estudos discursivos, não se separam forma e conteúdo e procura-se compreender a língua não só como estrutura, mas sobretudo como acontecimento. Reunindo estrutura e acontecimento a forma material é vista como acontecimento do significante (língua) em um sujeito afetado pela história (ORLANDI, 2003, p. 19).

Nesse sentido, “a análise de discurso não se interessa tanto pelo o que o texto diz ou mostra, pois não é uma interpretação semântica de conteúdos, mas sim em como e por que o diz e mostra. Costumo dizer que a ela interessa explicar os modos de dizer” (PINTO, 1999, p. 23). Conforme define Orlandi (2003) o que se coloca é como esse texto significa. A partir desses indicativos fica evidente o discurso enquanto uma prática social (ORLANDI, 2003; PINTO, 1999), acontecimento, e não puramente como uma estrutura lingüística – o discurso é “um processo em curso. Ele não é um conjunto de textos, mas uma prática. É nesse sentido que consideramos o discurso no conjunto das práticas que constituem a sociedade na história” (ORLANDI, 2003, p. 71). Toda essa discussão aproxima-se da visão teórica desenvolvida no campo da Antropologia da Experiência no que diz respeito à constituição das expressões e sua performance; quando aquelas são postas em movimento, praticadas, performadas, dando circularidade aos sentidos produzidos a partir de determinadas condições histórico-socioculturais. E vem a dialogar também com a discussão sobre a construção da realidade e os processos de interpretação. Sobre a AD, Orlandi salienta:

Ela se apresenta como uma teoria da interpretação no sentido forte. Isso significa que a análise de discurso coloca a questão da interpretação, ou melhor, a interpretação é posta em questão pela análise do discurso. [...] O que faz efetivamente a Análise de Discurso: ela interroga a interpretação (ORLANDI, 2001, p. 22).

Ainda na teoria da AD o olhar paira sobre os processos de produção de sentido, apoiando a análise não apenas no contexto histórico que se inscreve no discurso e que o conforma, mas também na circunstância de produção do discurso em si. Nesse processo de produção discursiva a memória exerce papel de interdiscurso, pois é a fonte que carrega o universo simbólico através do qual as palavras ganham sentido, mesmo que esse universo esteja esquecido. É esse esquecimento que atribui a *aparente* unicidade dos sentidos que o sujeito introduz através do discurso, quando pelo outro lado dessa aparente singularidade existe um arcabouço de sentidos produzidos no campo social que no discurso materializa-se.

O interdiscurso é todo conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas façam sentido. E isso é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na minha memória para que, passando para o “anonimato”, possa fazer sentido em “minhas” palavras (ORLANDI, 2003, p. 34).

No âmbito das circunstâncias imediatas de produção do discurso, é preciso que as palavras façam sentido tanto para o sujeito que o produz e quanto para o seu interlocutor. Dessa forma, outra questão é posta: a capacidade do indivíduo de antecipar a posição do outro, posicionar-se e então formular um discurso de acordo com as circunstâncias imediatas de produção. Há, portanto, a evidência de relações políticas e um universo simbólico compartilhado entre aqueles inseridos no processo de produção do discurso. Fica claro, também, o fato de o discurso ser produzido na inter-relação.

De forma mais ampla, considerando o contexto histórico, a concepção de formação discursiva torna-se “básica na Análise de Discurso, pois permite compreender o processo de produção de sentidos, a sua relação com a ideologia e também dá ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no discurso” (ORLANDI, 2003, p. 43). As formações discursivas “representam no discurso as formações ideológicas” (ORLANDI, 2003, p. 43), em outras palavras, remetem à “expressão cristalizada da visão de mundo de um grupo social” (BRANDÃO, 2004, p. 92). Desse modo, a formação discursiva determina o que pode e deve ser dito em uma conjuntura sócio-histórica.

toda FD [formação discursiva], no universo do gramaticalmente dizível, circunscreve a zona do dizível legítimo, definindo o conjunto de enunciados possíveis de serem atualizados em uma dada enunciação a partir de um lugar determinado. Ao fazer isso, ela circunscreve uma zona do não-dizível, definindo o conjunto de enunciados que devem ficar ausentes do seu espaço discursivo; delimita, dessa forma, o território do Outro que lhe é incompatível, excluindo-o do seu dizer (BRANDÃO, 2004, p. 93).

Portanto, sempre o que é dito poderia ter sido enunciado de outra maneira, mas não o é em decorrência da posição social em que se encontra o sujeito dentro de uma conjuntura histórica específica. Ainda, uma mesma palavra pode ter sentidos distintos na medida em que se inscreve em diferentes formações discursivas; por exemplo, a palavra Terra tem sentidos diferentes para um proprietário rural, para um sem terra e para um índio, pois “as palavras não têm um sentido nelas mesmas, elas derivam seus sentidos das formações discursivas em que se inscrevem” (ORLANDI, 2003, p. 43). Assim, considerando os lugares específicos em que se situam os sujeitos dentro de uma conjuntura histórica dada, os usos e sentidos das palavras variam de acordo com as perspectivas ideológicas presentes no contexto de produção. Essas diferentes perspectivas representam o bojo no qual sentidos são construídos, culminando na estruturação do próprio discurso. Ao mesmo tempo em que a ideologia cristaliza-se através do discurso, o conforma criando formações discursivas específicas – “todos esses usos se dão em condições de produção diferentes e podem ser referidos a diferentes formações discursivas” (ORLANDI, 2003, p. 45). Vale ressaltar, ainda, que a formação discursiva não é homogênea, mas apresenta contradições. Ainda, pode haver no discurso uma polifonia de formações discursivas que constituem uma formação dominante ou que se constituem em contraste a outras formações discursivas. Essa polifonia foi identificada como uma dispersão do sujeito e do texto que esse produz (ORLANDI, 2003).

Partindo desses pressupostos, Eni Orlandi (2003) apresenta os princípios da práxis analítica do discurso. De acordo com a autora, o pesquisador deve criar um dispositivo de análise de acordo com a investigação que propõe, criando um recorte específico sobre a totalidade de sentidos que um discurso carrega, garimpando apenas aqueles significativos à análise. Nesse sentido, salienta Orlandi (2003) que o discurso enquanto objeto de análise pode ser interpretado de diferentes formas, variando de acordo com o recorte proposto. O que vem ao encontro da perspectiva construcionista acerca da ciência enquanto uma prática social e ela mesma como uma forma específica de construir a realidade (FREZZA; SPINK, 2004).

Assim, a prática analítica realizada através de um dispositivo de análise insere-se no campo da interpretação por duas vias: por um viés, o discurso analisado faz parte de um processo de construção de sentido e é ele próprio uma interpretação; por outro lado, o

pesquisador reconstrói esse discurso ao analisá-lo, criando uma interpretação científica sobre o objeto analisado.

O que permite a interpretação do pesquisador sobre o discurso é o corpus teórico desenvolvido. A teoria permite o deslocamento entre o analista e o objeto de estudo – o corpus teórico torna-se a mediação que permite o acesso ao objeto de análise, viabilizando a criação de uma interpretação, ou seja, uma leitura analítica sobre a interpretação sujeita à análise. O corpus teórico é utilizado em um movimento dialético incessante entre o material de análise empírico e a possibilidade de interpretação criada pelo pesquisador, apoiado em um campo teórico específico.

O texto representa o material empírico sobre o qual o pesquisador debruça-se com o aporte do dispositivo teórico de análise para construir uma interpretação científica. Contudo, a análise do discurso não pode ficar restrita à superfície lingüística, pois essa superfície é empregada apenas enquanto suporte para a criação do objeto discursivo através do qual, então, torna-se passível de compreensão o processo onde a ideologia textualiza-se. Esse critério metodológico é decorrente dos pressupostos teóricos constitutivos da AD.

Se, por um lado, a AD surge na França na década de 1960 a partir de um prisma estruturalista, sob o qual a análise estava focada nas formas de organização dos elementos do texto (mantida atualmente na linha filosófica americana), já na década de 1980 o panorama intelectual francês avança através de uma crítica ao próprio estruturalismo por deixar em suspenso a dimensão simbólica (PÊCHEUX, 1997). De acordo com Michel Pêcheux (1997) essas duas perspectivas trazem diferentes formas de trabalhar sobre a materialidade discursiva – a estruturalista diz respeito às práticas de leitura de arranjos discursivo-textuais; por outro lado, a segunda remete às práticas de análise da linguagem ordinária. Nesse último caso, é posto em evidência o esforço de ir além da descrição da estrutura discursiva ao buscar interpretar a rede simbólica que a envolve. Para isso, Eni Orlandi (2003) esclarece os passos metodológicos da AD. Na orientação metodológica da autora, o pesquisador passa por dois momentos distintos, interdependentes no processo analítico:

O primeiro seria o instante em que a superfície lingüística é trabalhada teoricamente de modo a construir o objeto discursivo, ou seja, a conversão do dado empírico em teórico. O pesquisador deve analisar o que é dito, como é dito e em que circunstâncias de produção – modo de construção, estruturação, circulação de sentidos e gestos de interpretação. A partir desse primeiro recorte, o pesquisador contrapõe essas formas de dizer a outras formas possíveis, desconstruindo a possibilidade enunciativa. Assim, acaba por construir o objeto discursivo ao passar do texto para o discurso.

Pronto para a segunda etapa de análise, diante do objeto discursivo construído o pesquisador deve lançar mão das formações discursivas perceptíveis a partir dos vestígios teoricamente levantados. Ao relacionar as formações discursivas, que permeiam o discurso, com o contexto histórico e com universo simbólico que orienta as formas de interpretar o pesquisador alcança o processo discursivo e as formações ideológicas, situadas em um determinado contexto histórico, que atravessam esse processo e influenciam nas formas de constituir o discurso.

A partir dessa demarcação metodológica e dos princípios de investigação desse estudo, para tratar as expressões coletadas através das entrevistas em profundidade e aquelas presentes nos materiais coletados dos produtores do turismo, segue abaixo um quadro representativo do dispositivo de análise criado para analisar o material referido.

QUADRO 1 DISPOSITIVO TEÓRICO DE ANÁLISE
--

PROBLEMA DE PESQUISA	<p>Em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico, enquanto parte constitutiva das mediações simbólicas inerentes ao turismo que direcionam os olhares interpretativos sobre o local no contexto da experiência turística, influenciam nos sentidos atribuídos ao local tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem?</p> <p>Objetivos gerais: clarear o conteúdo simbólico das Representações Sociais de atrativo turístico; verificar a dimensão do compartilhamento desse conteúdo entre produtores e consumidores.</p>
TEXTOS	<p>Discurso dos gaúchos porto-alegrenses que visitaram a cidade de Buenos Aires; Discurso dos produtores do turismo: <i>Viajar Hoy</i>, material do <i>Audio Guia Móvil</i> e a reportagem <i>Buenos Aires em Dose Dupla</i> da Revista Viagem e Turismo.</p>
CORPUS TEÓRICO	<p><i>Corpus teórico através da qual se produzirá os objetos discursivos e a interpretação final dos discursos analisados. Categorias teóricas que possibilitam compreender os sentidos silenciosos nas formações discursivas.</i></p> <p>CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES; A COMPLEXIDADE DO ESPAÇO URBANO; OS PRODUTOS TURÍSTICOS: RECORTES SOBRE A COMPLEXIDADE DO ESPAÇO URBANO; MEDIAÇÕES CULTURAIS NO OLHAR DOS CONSUMIDORES GAÚCHOS PORTO-ALEGRENSES</p>

PROCEDIMENTOS

1) Utilização do corpus teórico para transformar o objeto empírico em objeto discursivo, buscando o que se diz, como se diz, em que circunstâncias é dito e como poderia ser referenciado de outra forma.

2) Delineamento das formações discursivas e comparação dessas com a teoria das mediações culturais para compreender os sentidos não-ditos do processo de construção de sentidos (o processo discursivo).

3 INTERPRETANDO INTERPRETAÇÕES

Neste terceiro capítulo, desenvolvo a análise do material coletado a partir dos pressupostos teórico-metodológicos demarcados anteriormente e, juntamente, por meio das categorias de análise criadas sobre a complexidade do espaço urbano, a lógica de concepção dos produtos turísticos e a mediação da cultura regional do gaúcho porto-alegrense. Objetivando compreender a forma como as Representações Sociais de atrativo turístico influenciam nas percepções dos produtores e consumidores sobre o local vivenciado no contexto da experiência turística, em meio à análise, outra concepção emergiu: a de atratividade. Para expor o universo semântico no qual mergulha o conceito de atratividade do urbano, que aí surgiu, uma narrativa visual fez-se necessária, levando a adentrar no campo teórico da Antropologia visual.

O dispositivo de análise, sustentado no capítulo metodológico, foi utilizado na formulação dos objetos discursivos sem sofrer modificações ou complementações teóricas frente às especificidades de cada discurso analisado – peculiaridades advindas das condições de produção da textualidade de cada discurso. Se por um lado o texto dos produtores apresentava uma linearidade narrativa devido a sua produção técnica, facilitando a identificação do seu fio condutor e trazendo a precisão das informações; por outro lado, a textualidade do discurso dos sujeitos consumidores estava marcada pelos fragmentos da memória. Mesmo diante dessas diferenciações, os objetos discursivos foram criados através do seguinte ferramenta:

QUADRO 2 FERRAMENTA DE ANÁLISE	
Identificação do material	
Fragmento do texto analisado.	(Índice remissivo) <i>Análise sobre o que é dito, como é dito e como poderia ter sido dito (o que não foi dito). A dialética entre a materialidade do texto e a teoria.</i>
Análise seguinte - continuação do fragmento anterior.	<i>Análise.</i>
<i>Observações finais sobre a totalidade discursiva.</i>	

3.1 Dos Produtores

Em uma etapa inicial, focada na comparação das formações discursiva encontradas nas distintas textualidades dos produtores, é interessante observar a aparente dilatação semântica das Representações Sociais de atrativo turístico. No primeiro material é desvelada uma formação discursiva atravessada por uma Representação Social de atrativo turístico restrita. Isso porque a interpretação que aí se ergue está, essencialmente, centrada na dimensão histórica, sendo produzida sobre esse valor uma abordagem que privilegia os fixos (edificações e monumentos) e a monumentalização dos eventos. Na medida em que os demais discursos vão sendo analisados, outros valores vão sendo agregados ao núcleo da concepção simbólica de atrativo turístico, gerando interpretações mais abrangentes.

Partindo do pressuposto de que um guia de viagem apresenta pontos do local identificados como de interesse turístico, o levantamento dos elementos destacados no *Guia Turístico da Argentina Viajar Hoy* evidencia a centralidade do valor histórico. Somente na análise do trecho acerca do complexo da *Plaza de Mayo*, localizado no casco antigo da cidade, dos doze pontos destacados, sete são mencionados por serem ou situarem-se em edificações históricas⁵⁵, outros seis são exaltados em decorrência do caráter monumental⁵⁶. Essa seleção evidencia uma similitude entre as instâncias escolhidas: a representatividade histórica.

De acordo com Haroldo Leitão Camargo (2002), haveria dois tipos de monumentos: os intencionais e os históricos. Os intencionais seriam aqueles construídos para perpetuar a memória de um fato, de uma pessoa ou de um povo; como exemplo, o autor menciona: os obeliscos egípcios, os arcos de triunfo romanos, as lápides tumulares, as estátuas de personagens. Questão que acabaria adentrando na intenção de resguardar na memória fatos e personagens significativos para a macro-história do local. Ao discutir essa diferenciação, o teórico não apresenta claramente os limites que separam as duas categorias, apenas relaciona o conceito de patrimônio histórico à concepção de patrimônio nacional. Assim, o patrimônio histórico seria constituído pelas obras de um povo, de uma nação, com significância histórica ampla, produzidos sem a intencionalidade de evocar o passado.

⁵⁵ Casa Rosada; Ministério da Economia; Administração Federal de Ingressos Públicos; Libertador; *Banco de la Nación Argentina*; Catedral Metropolitana; Cabildo.

⁵⁶ Monumento a *Cristobál Colón*; Monumento a Juan de Garay; Monumento *Pirâmide de Mayo*; Bronze equestre Manuel Belgrano; Bustos dos presidentes argentinos tidos como o maior atrativo do Museu da Casa Rosada.

De acordo com Meneses (2004), a concepção atual de monumento histórico surgiu no período pós-Revolução Francesa, juntamente com as idéias de tombamento, reutilização, criação de museus e inventariação - final do século XVIII. Segundo o teórico, reflexões possíveis através da perspectiva romântica, na qual eram valorizadas as construções do passado, e propiciadas pelas transformações que se conformam a partir da Revolução Industrial – “A construção da idéia de monumento histórico é forjada nesse contexto: valorização da arte e idéia romântica de identidade e revelação de saberes e de fazeres humanos” (MENESES, 2004, p. 34). Independentemente das terminologias teóricas e das intencionalidades, fica claro que tanto edificações como monumentos permitem uma ligação com o passado.

Tendo em vista que a arquitetura, as edificações antigas e os monumentos são pontos centrais na textualidade discursiva do guia *Viajar Hoy*, visto que permitem alcançar a memória coletiva de outros tempos, a formação discursiva que aí se inscreve está permeada pelo peso do valor da história. Valor que se revela na forma de abordar esses elementos e que justifica, enquanto princípio valorativo, a própria eleição desses artefatos do espaço urbano e não de outros. Logo, o guia *Viajar Hoy* apresenta uma leitura de Buenos Aires alicerçada em um itinerário de monumentos e edificações.

Donde estuvo el fuerte español entre fines de siglo XVI y mediados del XVIII, se emplaza la Casa Rosada, sede del Poder Ejecutivo. Su aspecto asimétrico y ecléctico es el resultado de la unión de dos edificios y sucesivas intervenciones hasta fines del siglo XIX [...]. En la decoración de esta fachada se divisa un haz Lictorio, antiguo símbolo romano instalado allí décadas antes que fuera adoptado como símbolo del fascismo. La Casa Rosada es custodiada por soldados del Regimiento de Granaderos a Caballo (VIAJAR HOY, 1D)⁵⁷.

Através dessa formação discursiva, as materialidades do espaço são trazidas à luz atreladas a uma narrativa histórica, deixando obscurecido todo o movimento que habita, circula e resignifica cotidianamente esses lugares.

El itinerario a pie que sugerimos comienza en la Pirámide de Mayo, al centro de la Plaza. Incluye una mirada a la fachada de la Casa Rosada y, si está abierto, a su Museo; da la vuelta por "el Sajo" para ver los cimientos de la Aduana de Taylor y el monumento a Cristóbal Colón. Continúa subiendo por la suave barranca costera y la primera calle de la ciudad hasta la Catedral, y concluye en el Cabildo. Tras este recorrido se habrá caminado, con distinto escenario, por los

⁵⁷ Onde estive o forte espanhol, entre o final do século XVI e meados do século XVIII, encontra-se a Casa Rosada, sede do Poder Executivo. Seu aspecto assimétrico e eclético é o resultado da união de dois edifícios e de sucessivas intervenções realizadas até o final do século XIX, [...]. Na decoração da fachada se vê um feixe lictório, antigo símbolo romano, posto ali décadas antes de ser designado como símbolo do fascismo. A Casa Rosada é protegida por soldados do *Regimiento de Granaderos a Caballo* [tradução].

misimos lugares que trajinaron las conquistadores y las fundadores y forjadores de la Argentina (VIAJAR HOY, 1A)⁵⁸.

Em meio a questões históricas, a exaltação das unicidades também impera. Ambos são vistos, na lógica de produção, como recursos na formação dos atrativos turísticos. Isso porque os fatos históricos e a exaltação das peculiaridades atribuem um sentido de singularidade às instâncias apontadas; um dos princípios para a constituição de um atrativo turístico, conforme apontam as sistematizações científicas. O uso do tempo verbal no passado e a maximização das qualidades deixam notórias essas observações.

La Plaza no es la más bella de las Américas, pero si **la más arquetípica: no existe ninguna otra** ciudad en el mundo cuya trama urbana se haya extendido tanto según el módulo español fundacional, la manzana de 100 por 100 varas (unos 86,6 metros de lado). En una planicie apenas ondulada y sin barreras naturales, en 425 años la mancha urbana llegó hasta 80 kilómetros del cuadrado inicial También es **la más representativa** entre las repúblicas del Nuevo Mundo: **ninguna plaza** de otra capital americana se usó y se sigue usando tanto para actuar las pasiones políticas y populares. La tradición política Argentina, desde el 25 de mayo de 1810, indica que todo sector que desee cobrar visibilidad y protagonismo en esta tierra debe manifestarse en la Plaza: los radicales en los tiempos de Hipólito Yrigoyen, los descamisados desde el primer día de vida del peronismo, los sindicatos, las madres y abuelas de desaparecidos, veteranos de la guerra de Malvinas, piqueteros y desocupados. Así, la Plaza en casi dos siglos de vida republicana fue el epicentro de las pasiones porteñas, bonaerenses y argentinas (VIAJAR HOY, 1C) [negrito meu]⁵⁹

Nesses trechos, mesmo que o discurso remeta a alguns movimentos sociais atuais, fazendo menção às apropriações políticas da *Plaza de Mayo*, as manifestações apontadas são mencionadas em decorrência de suas repercussões históricas, as quais as tornam significativas. Esse é o caso da referência às marchas silenciosas das *Madres y Abuelas de la Plaza de Mayo*, que teve início em 1977, quando as mães dos desaparecidos no período ditatorial foram à praça protestar em busca de informações sobre a localização de seus filhos. As outras formas cotidianas de praticar esse espaço não são mencionadas: os vendedores de

⁵⁸ O itinerário a pé que sugerimos começa na *Pirâmide de Mayo*, no centro da praça. Inclui a contemplação da fachada da Casa Rosada e, se está aberta, a seu museu; a volta pelo "*el Sajo*" para ver os cimentos da *Aduana de Taylor* e o monumento a Cristóvão Colombo. Continua subindo pela suave subida costeira e a primeira rua da cidade, até a Catedral, e conclui no Cabildo. Por esse roteiro se caminha por cenários peculiares, pelos mesmos lugares que transitaram os conquistadores e os fundadores e forjadores da Argentina [tradução].

⁵⁹ A praça não é a mais bonita das Américas, mas sim a mais arquetípica: não existe nenhuma outra cidade do mundo cuja trama urbana tenha se estendido tanto desde a sua área de fundação espanhola. Em uma planície apenas ondulada e sem barreiras naturais, em 425 anos a malha urbana chegou a 80 km do quadrado inicial. Também é a mais representativa entre as repúblicas do Novo Mundo: nenhuma outra praça de outra capital foi palco de tantas expressões de paixões políticas e populares. A tradição política Argentina, desde 25 de maio de 1810, indica que todo setor que deseje cobrar visibilidade e protagonismo nessa terra deve manifestar-se na praça: os radicais nos tempos de Hipólito Yrigoyen, os descamisados desde o primeiro dia de vida do peronismo, os sindicatos, as mães e avós de desaparecidos, veteranos da guerra de Malvinas, piqueteiros e desocupados. Assim, a praça em quase dois séculos de vida republicana foi o epicentro das paixões portenhas, bonaerenses e argentinas [tradução].

rua (jornal, souvenir, bandeira, pipoca e doces) e a população que vai à praça para estender-se ao sol ou ao redor dos chafarizes para lanchar, não abarcando as múltiplas temporalidade e espacialidades da *Plaza de Mayo*.

Outra questão observada nessa mesma narrativa diz respeito ao olhar romântico sobre as expressões políticas. Isso ocorre quando há uma relação dessas com a idéia de paixão, aliviando o cenário de todas as tensões políticas e construindo uma sociedade idealizada. Essa forma de perceber o social induz a uma fuga dos problemas que a Argentina tem atravessado desde a crise de 2001. Diante dessa cegueira, é gerado um olhar excludente e preconceituoso no instante em que são chamados de desocupados os cidadãos argentinos que vão a esse espaço público para cobrar as promessas políticas de reincorporação no mercado de trabalho ou para criticar a lógica vigente. Entre esses grupos estão as minorias étnicas discriminadas - os indígenas, por exemplo – as quais são postas à margem pela sociedade elitista branca portenha.

Mas parecem não ser centrais os problemas sociais que são projetados através das manifestações no espaço político da praça, que compõem de súbito o seu movimento de sons que ecoam pelas ruas anunciando a chegada dos movimentos. A explicação encontra-se no fato de que a potencialidade mercadológica do atrativo turístico é composta pela possibilidade de monumentalizar espaços e eventos⁶⁰ que cada instância identificada permite, ou seja, seu poder de representação e evocação da história cristalizada. Nesse contexto, desconsideram-se os movimentos efêmeros aparentemente dispersos. Diante dessa lógica, há uma busca de maior visibilidade sobre a materialidade do espaço e o que ela pode representar acerca da racionalidade urbanística e da história. Assim, no que tange à “higienização” do movimento dos espaços, a instrução do guia *Viajar Hoy* acerca dos melhores dias para a realização do roteiro evidencia mais do que um descaso com o movimento ao indicar como ideal a baixa dispersão do fluxo durante os finais de semana:

la caminata puede hacerse en 45' a 90'. Los días sábados, domingos y feriados son más adecuados para observar el panorama urbano en tranquilidad, pero con los edificios públicos cerrados (VIAJAR HOY, 1B)⁶¹.

Analisei, também, os elementos descritos na apresentação do bairro de *San Telmo*, igualmente um dos mais antigos da cidade. Além dos monumentos, são apresentados museus,

⁶⁰ Tornar um elemento em um “objeto” com representatividade histórica, desprovida de uma perspectiva processual, na qual se visaria o passado e presente de modo problematizador e dinâmico (MENESES, 2004).

⁶¹ A caminhada pode ser feita entre 45 e 90 minutos. Os sábados, domingos e feriados são os dias mais adequados para observar o panorama urbano com tranquilidade, mas com os edifícios públicos fechados [tradução].

mercados, galerias de artes, praças e feiras. Contudo, as descrições vêm acompanhadas do histórico das edificações onde se situam as instituições, do resgate da memória de personagens ilustres, da menção acerca da funcionalidade atual (os usos do patrimônio) e das peculiaridades comercializadas nos lugares descritos.

En Balcarce 1016 está la Casa de Juan Carlos Castagnino, galería de arte en la vieja casa donde vivió y trabajó el pintor marplatense, uno de los grandes maestros de la pintura argentina. Cruzando la calle, en Balcarce 1053, se encuentra la Galería del Viejo Hotel, edificio de dos plantas que data de 1860, construido para albergar familias de inmigrantes, que en 1980 se trasformó en espacio de arte y cultura (VIAJAR HOY, 2C)⁶².

Dentre os gostos dos *grand turistas*, observados por Valeria Salgueiro (2002), está a admiração pelas artes. Logo, as galerias de arte fazem parte do olhar romântico e representam, atualmente, um espaço de interesse dentro do repertório de atrativos turísticos e que, “harmonicamente”, dá funcionalidade ao patrimônio edificado, o qual também faz parte do conjunto de instâncias facilmente identificadas como turísticas, uma vez que sua representatividade histórica corresponde aos valores centrais da concepção de atrativo turístico. Como exemplo desse valor construído no período romântico, Goethe, em *Italian Journey*, faz menção a sua agradável passagem por uma galeria de arte em Roma.

Hackert and I visited the Collona Gallery, where paintings by Paussin, Claude Lorrain and Salvator Rosa are hung side by side [...] I was pleased to discover that my judgements os theses pictures are still pretty much what they were when I paid my first visit (1970, p. 347)⁶³.

Ademais das galerias de arte, os espetáculos e simulacros ganham projeção dentro do patrimônio urbano edificado e restaurado, transformando-o em equipamento cultural. Desse modo, a cidade é reinventada na medida em que a concepção de cidade industrial vai sendo transfigurada pela cidade-festiva, onde o urbano constitui-se como espaço para manifestações programadas voltadas para o consumo (SERPA, 2007). Essa forma de reinventar a cidade para transformá-la em turística traz a formalidade de um olhar produzido ainda no período romântico, que molda esse fazer, envolvendo-o enquanto um não-dito, que aqui busco desvelar.

⁶² Na Rua Balcarce, número 1016, está a Casa de Juan Carlos Castagnino, galeria de arte em que se transformou a velha casa onde viveu e trabalhou o pintor marplatense, um dos grandes mestres da pintura argentina. Cruzando a rua, em Balcarce 1053, se encontra a galeria do *Viejo Hotel*, edifício de duas plantas datado de 1860, construído para abrigar famílias de imigrantes, que em 1980 foi transformado em espaço de arte e cultura [tradução].

⁶³ Hackert e eu visitamos a Galeria Collona, onde pinturas de Paussin, Claude Lorrain e Salvador Rosa estão expostas lado a lado [...] eu estava maravilhado em descobrir que minhas impressões sobre essas obras continuam tão boas quanto eram quando eu fiz minha primeira visita [tradução].

As cidades são reinventadas a partir da reutilização das formas do passado, gerando uma urbanidade que se baseia, sobretudo, no consumo e na proliferação (desigual) de equipamentos culturais. Nasce a cidade da “festamercadoria”. Essa nova (velha) cidade folcloriza e industrializa a história e a tradição dos lugares, roubando-lhes a alma. É a cidade das requalificações e revitalizações urbanas, a cidade que busca vantagens comparativas no mercado globalizado das imagens turísticas e dos lugares-espetáculo (SERPA, 2007, p. 107).

Ainda, Angelo Serpa (2007) chama atenção para os modelos internacionais de conservação patrimonial, afirmando que haveria um padrão universal de “história dos lugares”, o que resultaria em uma estética exibicionista voltada para o consumo cultural. Uma perspectiva global que a própria concepção de patrimônio traz na medida em que sustenta uma universalidade, uma generalidade de formas concebidas na Assembléia Geral da Unesco, em 1972 (SILVA, 2006). Diante desses moldes internacionais, a singularidade das cidades perder-se-ia em meio a sua museificação padronizada. Essa questão relaciona-se com a crítica de Meneses (2004) sobre o modo como a história é abordada pelos produtores do Turismo, culminando na monumentalização dos eventos e não tão somente da materialidade. Também, Serpa (2007) vem a reafirmar a tese de Maria da Glória Lanci da Silva (2004) sobre as imagens às quais uma cidade deve corresponder para ser reconhecida como turística. Porém, mais que isso, Serpa (2007) demonstra que as implicações práticas do universo simbólico que envolve o fenômeno do Turismo transgridem a materialidade do discurso lingüístico para invadir o discurso da cidade. Assim, a lógica que permeia a reformulação prática do espaço urbano, visando à projeção do Turismo, também parte dos princípios constitutivos das Representações Sociais de atrativo turístico que influenciam nas formas de interpretá-la. Por esse motivo, o patrimônio que agrega a arte institucionalizada acaba por ter dupla funcionalidade, visto que conjuga duas instâncias consideradas como de interesse na perspectiva do viajante em busca de cultura e conhecimento histórico desde o século XVIII, valores reproduzidos até os dias atuais. Uma funcionalidade reconhecida no campo mercadológico, no que tange a transformação do patrimônio em um produto cultural e em atrativo turístico:

os monumentos e o patrimônio histórico adquirem dupla função – obras que propiciam o conhecimento e o deleite colocados à disposição de todos, mas também são produtos culturais que passam por um processo de fabricação, empacotamento e distribuição, com objetivo de serem consumidos, denominado mercantilização da cultura. Tudo isso para que ocorra uma metamorfose do valor de uso em valor econômico (CHOAY apud SILVA, 2006, p. 25).

De acordo com Valéria Salgueiro, o poeta alemão Johann W. von Goethe viajou até Roma declaradamente motivado pelo desejo de edificação pessoal e do estudo da cultura dos antigos. Era marcante “o gosto pela arte e arquitetura dos antigos, o culto à ruína e a valores estéticos sublimes na contemplação da paisagem” (SALGUEIRO, 2002, p. 289). Analisando esses relatos de viagem, Valéria Salgueiro defronta-se com a admiração que os artefatos antigos, a arte e arquitetura despertavam nesses viajantes do século XVIII.

Em Roma, para evitar falsificações e prejuízos na aquisição de peças por colecionadores estrangeiros, estes eram aconselhados a contratar um "especialista" em antiguidades para instruí-los sobre todas as curiosidades da cidade, o que se tornava absolutamente necessário quando alguém queria tornar-se um connoisseur em matéria de pintura, escultura e arquitetura (2002, p. 298).

No roteiro analisado sobre *San Telmo* do guia *Viajar Hoy*, os mercados, as ruas, as praças e feiras são as instâncias descritas que fazem alusão ao movimento. Um movimento composto por uma arte não institucionalizada, uma arte feita na rua. Porém, há ainda uma valorização das unicidades e singularidades históricas, assim como uma atenção para as antiguidades e raridades encontradas na feira de *San Telmo*, realizada aos domingos na *Plaza Dorrego*, na *Calle Defensa*, a qual abriga na sua extensão um prolongamento da feira, que não se esgota na praça e tampouco nas raridades e antiguidades. Nessa narrativa, o olhar é ainda idealizador, está em busca do antigo e do tradicional, visto que não há menção à variedade de objetos comercializados e, no que tange a musicalidade da feira, apenas o Tango é mencionado. No entanto, a *Calle Defensa* é tomada por sons de ritmos distintos, entre eles há um grupo de Bossa Nova e outro de Samba, e ao entardecer a rua é percorrida por uma batucada que anuncia o encerramento da feira.

La manzana de Defensa, Estados Unidos, Carlos Calvo y Bolívar es ocupada por el Mercado de San Telmo, uno de Las últimos en su tipo que aún existen en La ciudad. A los puestos de productos alimenticios se suman otros de antigüedades y curiosidades, en un espacio vital y simpático muy frecuentado en los domingos, cuando la calle Defensa entre Las avenidas San Juan y Independencia se torna peatonal para que los artistas callejeros puedan desplegar su oficio de estatua, mimo, teatro, marionetas, magia, música y danza a La gorra, estos últimos siempre en clave de tango, columna sonora del barrio. La pequeña Plaza Dorrego [12] satura toda su superficie con puestos de anticuarios y rarezas donde se puede disfrutar de un inusual paseo: entre La exposición a cielo abierto de objetos, libros, vestidos, vajilla, mapas y juguetes del pasado, acompañada de una atmósfera de tango encantadora. En La esquina de La Plaza Dorrego, nocturnos tangos íntimos se exhiben bajo el sol público [...].

En domingo, se observará que hasta aquí llega el flujo turístico extranjero, mientras que el Parque Lezama alberga a ambos lados de todos sus senderos una

simplista pero simpática feria de ropa y baratijas frecuentada por lugareños (VIAJAR HOY, 2F)⁶⁴.

Se nos trechos acima a presença do artista de rua é mencionada, em outros fragmentos do texto ela permanece obscura na indeterminação do sujeito, mesmo quando latente: “En La esquina con Balcarce, en el café El Mirador se toca blues y jazz en Las noches de viernes y sábados” (VIAJAR HOY, 2K).

A valorização da história corta igualmente as percepções dos produtores do Turismo em outras direções. Os restaurantes e a gastronomia são abordados na medida em que possuem caráter tradicional, deixando de lado o detalhamento da oferta cultural e a variedade gastronômica cotidiana. A concepção de tradição pressupõe práticas e valores culturais mantidos ao longo do tempo. Considerando que a tradição constitui-se no esquecimento do surgimento desses valores e práticas, por vezes inventados recentemente, a tradição parte da idéia de algo que perdura ao longo do tempo e naturaliza-se (HOBSBAWM, 2002). Portanto, a expressão *tradicional* carrega o peso da história e as tensões da memória – a lembrança e o esquecimento. Assim, são desconsiderados os demais lugares alternativos em meio à boemia do bairro de *San Telmo*.

En La cuadra del 300 de Carlos Calvo se suceden algunos de **los restaurantes más tradicionales** del barrio. Hitos del **círculo gastronómico** santelmito son La Casa de Esteban (Defensa 1000), Calle de Ángeles (Chile 318) y La Brigada (Estados Unidos 465). En estos términos, más allá de lo gastronómico, los hitos son El Viejo Almacén (Independencia y Balcarce) y Bar Sur (Estados Unidos y Balcarce). En todos estos lugares a La noche hay que hacer reservas (VIAJAR HOY, 2E)⁶⁵.

Apesar da predominância dessa formação discursiva nas 180 páginas do guia *Viajar Hoy*, fui buscar a apresentação de *Palermo Hollywood* – bairro portenho em destaque no

⁶⁴ A mansão entre as ruas Defensa, Estados Unidos, Carlos Calvo e Bolívar é ocupada pelo *Mercado de San Telmo*, um dos últimos em seu estilo existentes na cidade. Às bancas de produtos alimentícios se somam outras de antiguidades e curiosidades, em um espaço vivo e simpático muito freqüentado nos domingos, quando a rua *Defensa*, entre as avenidas *San Juan* e *Independência*, é fechada para que artistas de rua possam desempenhar seus ofícios de estátua, mímica, teatro, marionetes, mágica, música e dança, estes últimos sempre em ritmo de tango, coluna sonora do bairro. A pequena *Plaza Dorrego* satura toda a sua superfície com bancas de antiquários e raridades onde se pode desfrutar de um passeio agradável: entre a exposição a céu aberto de objetos, livros, vestidos, vasos, mapas e jogos do passado, acompanhada de uma atmosfera de tango encantadora. Na esquina da *Plaza Dorrego*, noturnos tangos íntimos se exibem [...].

No domingo, se observará que até aqui chega o fluxo turístico estrangeiro, quando o *Parque Lezama* abriga em ambos os lados de todas suas veredas uma simples, mas simpática, feria de roupa e objetos baratinhos freqüentada por pessoas locais [tradução].

⁶⁵ Na altura do número 300 da Rua Carlos Calvo estão situados os restaurantes mais tradicionais do bairro. Marcos do círculo gastronômico de *San Telmo* são *La Casa de Esteban* (Defensa, 1000), *Calle de Angeles* (Chile, 318) e *La Brigada* (Estados Unidos 465). Nas redondezas há também *El Viejo Almacén* (Independencia e Balcarce) e Bar Sur (Estados Unidos e Balcarce). Em todos esses lugares é necessário fazer reservas para o período da noite [tradução].

discurso dos sujeitos consumidores devido à oferta cultural, gastronômica⁶⁶, de entretenimento noturno e por suas formas e movimentos. No caso do guia *Viajar Hoy*, o bairro é apresentado por sua ocupação histórica pelas produtoras de cinema e televisão, seguindo a indicação de seus demais atributos atrativos, sempre por meio de categorias gerais (restaurantes, bares, lojas, vida noturna, oferta cultural). O que, de forma brevíssima e geral, aponta para outros elementos de atração situados à margem do universo semântico que compõe a concepção de atrativo turístico, expressa nas formações discursivas desse primeiro material analisado.

O mesmo ocorre no que concerne os autoguiados *Audio Guía Móvil*, disponibilizados pela Subsecretaria de Turismo de Buenos Aires. Nesse material, há ainda as marcas da centralidade do valor sobre a história, sendo geralmente postos à luz os fixos. A proposta dos autoguiados *Audio Guía Móvil* já anuncia sua ordem histórica.

12 recorridos para conocer la historia de Buenos Aires a través de las voces de sus protagonistas, discursos políticos, testimonios de actores, diálogos de películas. Sonidos y música del pasado histórico porteño con información sobre puntos clave de la ciudad⁶⁷.

Essas narrativas, em sua maioria, realizam uma contextualização histórica pontual dos locais, porém, entrelaçadas brevemente aos sentidos e às reapropriações contemporâneas e, por vezes, também, mesclando discurso de importantes figuras da história argentina, ou apenas trazendo a perspectiva de especialistas sobre um determinado tema pertinente ao discurso que se pretende produzir. Assim, o modo de narrar desses áudios produz uma contextualização histórica dinâmica entre presente e passado.

A forma narrativa segue a lógica do hipertexto. Dentro de um arquivo sobre a *Plaza de Mayo*, por exemplo, são disponibilizadas mídias distintas para cada ponto de interesse a ser apresentado, com duração média de três minutos. Por serem mídias separadas, escolhas aleatórias podem ser feitas, mas, além disso, a própria narrativa traz *links* associativos entre diferentes discursos e diferentes tempos. Esses discursos conseguem conjugar a descrição de características atuais com as memórias de ilustres personagens, fazendo uma combinação complexa, através desses *links* de memória e das formas de significar os lugares em diferentes tempos. Esse é o caso do áudio sobre *Palermo*. Após a caracterização do bairro através da multiplicidade de suas subzonas (*Palermo Viejo*, *Palermo Soho*, *Palermo Hollywood*), da boemia de *Palermo Viejo*, e da descrição do desenho urbano da paisagem (a dimensão

⁶⁶ Separação que acaba por ser redundante.

⁶⁷ Doze roteiros para conhecer a história de Buenos Aires através das vozes de seus protagonistas, discursos políticos, testemunhos de atores, diálogos de filmes [tradução]. Trecho retirado da página www.bue.gov.ar.

material), a fala de Borges é introduzida. Desse modo, resgatando o imaginário que se criara na literatura de Borges sobre o bairro e o universo tanguero.

Yo vivía en el barrio de Palermo, Hollywood, justo, como muchas veces parejas de hombres bailando con corte en las esquinas, pero nunca he visto un hombre bailando con una mujer. Porque el pueblo conocía el origen del tango y entonces una mujer no iba querer bailar lo y el compadrito tampoco iba querer. Solamente se bailaba entre hombre, era un momento muy rápido y muy alegre [fala de Borges].

El historiador Eduardo Rafael asegura que la fascinación por este mundo de pasiones tangeras nació en parte de sus propias fantasías, de las cosas que él se imaginaba cuando vivía en Palermo.

“Borges manifiesta la admiración por esas leyendas de guapos que él sabía que existían pero que lo nos podía ver porque estaba cautivo en su casa familiar y su madre no le dejaba andar por esos carnavales, y lo conocía a través de guitarreros” [fala de Eduardo Rafael].

Dicen que si el barrio del Palermo cumplió con la misión de inspirar la increíble inspiración de Borges su razón de ser esta más que justificada (AUDIO GUÍA MÓVIL, 4C)⁶⁸.

Também, o inverso ocorre. Em meio à contextualização histórica do movimento presidido pela *Asociación Madres y Abuelas de la Plaza de Mayo* o link remete ao discurso da trajetória pessoal de uma das mães na atualidade. Ao final, é inserido um discurso antigo sobre a representatividade do movimento, dando à narrativa histórica um caráter processual, não mais a história como cristalização, mesmo que em tom dramático.

Yo soy Tati Almeida, Madre de Plaza da Mayo, línea fundadora. Yo tengo tres hijos pero el segundo de mis hijos, Alejandro, tenía 20 años, en julio de 1975 lo prendieron y desapareció. Un 30 de abril de 1977 van 14 primeras madres, valientes madres, desesperadas madres, van a la plaza a gritar (AUDIO GUÍA MÓVIL, 5A)⁶⁹.

Vale chamar atenção para o fato de que o drama, no teatro do período romântico, viera a substituir a tragédia e a comédia (HAUSER, 1995.). É evidente que a história e os

⁶⁸ Eu vivia no bairro de *Palermo Hollywood*, justo, como muitas vezes pares de homens dançando nas esquinas, mas nunca vi um homem dançando com uma mulher. Porque o povo conhecia a origem do tango, então uma mulher não ia querer dançá-lo e o compadre também ia querer. Somente se dançava entre homens, era um momento muito rápido e muito alegre [fala de Borges].

O historiador Eduardo Rafael acredita que a fascinação por esse mundo de paixões tangeras nasceu, em parte, de suas próprias fantasias, das coisas que ele imaginava quando vivia em *Palermo*.

“Borges manifestava a admiração por essas lendas de meninos que ele sabia que existiam, mas que não podia ver porque estava preso em sua casa familiar e sua mãe não o deixava andar por esses carnavales, que conhecia através de músicos” [fala de Eduardo Rafael].

Dizem que se o bairro de Palermo cumpriu com a missão de inspirar a incrível inspiração de Borges sua razão de ser está mais que justificada [tradução].

⁶⁹ Eu sou Tati Almeida, *Madre de Plaza da Mayo*, linha fundadora. Eu tenho três filhos, mas o segundo de meus filhos, Alejandro, tinha 20 anos, em Julho de 1975 o prenderam e, assim, desapareceu. No dia 30 de abril de 1977 as 14 primeiras mães, valentes mães, desesperadas mães, foram a praça gritar [tradução].

valores românticos, como um todo, ainda representam os pilares não-sabidos sobre os quais se sustentam essas narrativas. Todavia, aqui há uma ligação entre passado e presente.

As formações discursivas encontradas em ambos os áudios analisados sobre a *Recoleta* e a *Av. Alvear*, transformados em objetos discursivos, são distintas aos dois exemplos apresentados acima, visto que os *links* remetem a falas contemporâneas onde os sujeitos não empreendem uma relação entre presente e o passado. Contudo, em sua totalidade, o traço da formação discursiva projetada nessas narrativas ainda favorece a contextualização histórica e a busca das unicidades, mas sempre seguidas das apropriações contemporâneas dos locais - relacionadas aos usos institucionais do patrimônio (geralmente situados no âmbito das artes) ou às (re)significações populares.

El barrio de la Recoleta es uno de los más distintos e exclusivos de Buenos Aires. Tomó su nombre del convento edificado aquí en 1706 por los monjes recoletos. Parte de esa construcción es hoy la sede del Centro Cultural Recoleta - uno de los principales polos de arte de la ciudad (AUDIO GUÍA MÓVIL, 3A)⁷⁰.

Aristocráticas residencias de fine del siglo XIX son marco de esta avenida una de las más distinguidas de toda la ciudad. Trazada en 1885 por iniciativa del intendente Torcuato de Alvear, lleva el nombre de su padre Carlos Maria de Alvear. Para los porteños, que la conocen simplemente como av. Alvear, su marcada influencia europea es toda un orgullo (AUDIO GUÍA MÓVIL, 3F)⁷¹.

Apesar de algumas textualidades instigarem um olhar sobre o presente a partir do passado e de chamarem atenção para as apropriações da população local, essas não inserem nas descrições as práticas cotidianas e suas formalidades. A presunção das práticas fica latente na descrição geral da funcionalidade instalada nos fixos (restaurantes, feiras, cafés, bares, museus, galerias de arte), o que não indica as formalidades dessas práticas. No entanto, vale observar a indicação como atrativo turístico da oferta cultural institucionalizada, essencialmente a arte, o entretenimento e a gastronomia – “Palermo Hollywood es la zona que Palermo ha destinado, en los últimos años, a la gastronomía, a la vida nocturna y al esparcimiento” (AUDIO GUÍA MÓVIL, 4D)⁷². Juntamente a essas instâncias, a apresentação da história dos lugares é predominante, até mesmo porque as pontuações históricas exigem o domínio de um conhecimento específico a ser contado.

⁷⁰ O bairro da *Recoleta* é um dos mais distintos e exclusivos de Buenos Aires. Tem seu nome advindo do convento edificado aqui em 1706 pelos monges *recoletos*. Parte dessa construção é hoje a sede do Centro Cultural Recoleta – um dos principais pólos de arte da cidade [tradução].

⁷¹ Aristocráticas residências do final do século XIX são o marco desta avenida, uma das mais distinguidas de toda a cidade. Traçada em 1885 por iniciativa do intendente *Torcuato de Alvear*, leva o nome de seu pai *Carlos Maria de Alvear*. Para os portenhos, que a conhecem simplesmente como *Av. Alvear*, sua marcada influência europeia é toda um orgulho [tradução].

⁷² Palermo Hollywood é a zona destinada, nos últimos anos, à gastronomia, a vida noturna e ao entretenimento [tradução].

O trecho a seguir pressupõe a movimentação dos visitantes, mas não a coloca como central, visto que a descrição não inicia pelo viés da vivência dos portenhos daqueles lugares, de suas práticas e dos sentidos ali postos em circulação. Os objetos descritos não deixam ver as formas de fazer, a performance dos sentidos, os usos desses objetos; ou seja, não remetem ao movimento cultural não institucionalizado que se expressa nesses espaços.

La feria artesanal de la Recoleta funciona todos los fines de semanas y día feriados en la conocida plaza Francia, cuyo el nombre real es Presidente Alvear. Bajo la organización del museo de la ciudad, los artesanos ofrecen sus obras en puestos instalados sobre esta barranca. Los visitantes pueden encontrar desde pequeño objetos de arte hasta delicados accesorios para la mujer y valiosas piezas de cerámica (AUDIO GUÍA MÓVIL, 3D)⁷³.

A esta oferta se sume los cafés intelectuales, con patios descubiertos y techos altos, los bares de hábitos nocturnos siempre despiertos, las discotecas ruidosas y los jardines románticos. Por todo esto, caminar por Palermo Hollywood es una delicia tanto de día cuanto de noche (AUDIO GUÍA MÓVIL, 4G)⁷⁴.

Um cenário um tanto perfeito e pictórico. Além disso, é interessante apontar que, juntamente com os objetos de arte, o artesanato constitui-se enquanto instância de interesse turístico. A oferta cultural é caracterizada essencialmente pelos museus e galerias de arte (a cultura institucionalizada), os quais geralmente estão instalados em espaços patrimoniais, assim, retomando a discussão sobre os valores românticos⁷⁵ que pairam sobre os processos de revitalização e usos do patrimônio já discutidos.

Dos museos, numerosas galerías dedicadas a la pintura e una feria artesanal de gran nivel completan la destacada oferta cultural de la zona. Así la describe Nora Hochbaum, directora del Centro Cultural Recoleta:

El barrio de la Recoleta ha tomado en los últimos años un perfil de un circuito cultural e turístico muy importante. Hoy las siete, ocho instituciones más importantes de cultura se encuentran en ese barrio. Se ha formado un circuito donde el público que viene, o el turista que viene, tiene un recorrido que se ha dado casi de forma natural, pero que ha marcado un circuito cultural en la ciudad muy, muy fuerte. Yo creo que son un de los polos culturales claves (AUDIO GUÍA MÓVIL, 3B, 3C)⁷⁶.

⁷³ A feira artesanal da Recoleta funciona todos os finais de semana e feriados na conhecida *Plaza Francia*, cujo nome real é Presidente Alvear. Em baixo da organização do museu da cidade, os artesãos oferecem suas obras em postos instalados sobre esta elevação. Os visitantes podem encontrar desde pequenos objetos de arte até delicados acessórios para mulher e valiosas peças de cerâmica [tradução].

⁷⁴ A esta oferta se soam os cafés intelectuais com pátios descobertos tetos altos, os bares de hábitos noturnos sempre despertos, as discotecas barulhentas e os jardins românticos. Por tudo isso, caminhar por *Palermo Hollywood* é uma delícia tanto de dia quanto de noite [tradução].

⁷⁵ Retomando: a valorização da história, o gosto pelas ruínas e pelas antiguidades, a busca pelo conhecimento da cultura e da arte, a idealização da sociedade, o pictórico.

⁷⁶ Dois museus, numerosas galerias dedicadas a pintura e uma feira artesanal de grande nível completam a destacada oferta cultural da zona. Assim a descreve Nora Hochbaum, diretora do Centro Cultural Recoleta: O bairro da Recoleta tem ganhado nos últimos anos um perfil de um circuito cultural e turístico muito importante. Hoje, as sete, oito instituições mais importantes de cultura se encontram nesse bairro. Tem se formado um circuito onde o público que vem, ou o turista que vem, têm um roteiro que se há conformado quase

Diante desses apontamentos, a formação discursiva identificada nesse segundo material analisado, *Audio Guías Movil*, apresenta os valores românticos já identificados no primeiro material, mas aponta para uma outra forma de realizar a abordagem histórica e agrega às instâncias de interesse turístico a oferta cultural institucionalizada, a diversidade gastronômica e distintas possibilidades de entretenimento, não se limitando ao patrimônio e suas funcionalidades - questões que dialogam com o conceito técnico-científico desenvolvido sistematicamente⁷⁷ na academia. Revendo essa conceitualização, entre os recursos culturais, além dos fixos com representatividade histórica, estão as manifestações e usos tradicionais e populares, os quais dizem respeito à gastronomia típica, ao artesanato⁷⁸, às feiras e mercados tradicionais e aos eventos folclorizados. Utilizando sempre como recurso o caráter único desses elementos em um repertório de formas de atrativo turístico, garantindo a singularidade de um produto global.

O terceiro discurso estudado, a reportagem *Buenos Aires em Dose Dupla*, da revista *Viagem e Turismo*, teoricamente enquadrada dentro do campo dos produtores, apresentou um dado interessante sobre o lugar que o sujeito narrador ocupa no discurso. Nas duas interpretações anteriores o produtor do discurso não se deixa relevar, uma vez que não fala a partir da sua vivência da cidade, mas referencia diretamente a cidade e seus elementos. Já nessa terceira narrativa, o narrador fala desde a experiência e se expõe de modo complexo, deixando revelar seus valores e referências grupais. Paulo Vieira, autor da reportagem, posiciona-se através de diferentes sujeitos: na primeira pessoa do singular trata de percepções e experiências individuais; na terceira pessoa do plural fala como integrante de algum grupo, trazendo o compartilhamento de idéias e experiências; como sujeito indeterminado remete a generalidades ou a idéias conclusivas. Às vezes, supõe a presença do leitor.

Com **nosso** real apreciado e o peso deles não, passagens aéreas na casa dos 300 reais (trecho) e uma oferta imensa de pacotes desde 850 reais, viajar a Buenos Aires é coisa para não se pensar muito. Um fim de semana, por que não? **Gasta-se** pouco em avião, um pouco mais em hotel e quase nada no resto (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5C) [grifo meu].

É difícil conseguir **se** hospedar em Palermo Viejo. Os hotéis-butique BoBo, Malabia 1515, Krista, Five e Home, este com sua piscina hiperhypada, estão

que de forma natural, mas que tem marcado um circuito cultural na cidade muito, muito forte. Eu creio que é um dos pólos culturais chave [tradução].

⁷⁷ Uma produção científica que acabou por não refletir profundamente sobre os sentidos não-ditos da forma de conceber os atrativos turísticos. Assim, absorvendo os valores românticos e, em certa medida neoclássicos no que tange o bucolismo, os quais foram perpassados através das formas de fazer do senso comum – espelho das sistematizações acadêmicas de atrativo turístico.

⁷⁸ O artesanato tem valor enquanto uma contraposição aos produtos industrializados e globalizados.

sempre cheios [...]. **Pode-se** tentar os que vão brotando na pequena Las Camitas[...] Outra alternativa é alugar um apartamento mobiliado. **Eu e o fotógrafo Fabio** de Sousa ficamos num desses por dez dias para a apuração desta reportagem. Era um estúdio novo e funcional, com ótima cobertura wi-fi e direito de uso de um celular pré-pago, tudo por 38 dólares ao dia, acertados com uma agência especializada da internet, a HomesBa (homesba.com). Mas **fique** atento, que, como nos lançamentos imobiliários do Brasil, os bairros têm seus limites estendidos inadvertidamente. **Eu pensava** que iria me hospedar em Belgrano, nas vizinhanças de Palermo (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5T) [grifo meu].

Para uma ótima estada em Buenos Aires, ao deixar Ezeiza, o aeroporto internacional a cerca de 30 quilômetros da cidade, tudo o que **voce** precisa dizer ao taxista (ou o motorista do seu "remis") é "Palermo Viejo" o bairro, limitado pelas avenidas Santa Fé, Scalabrini Ortiz, Dorrego e Córdoba, é possivelmente o conjunto de quarteirões mais legal do mundo (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5N) [grifo meu].

Essa forma de narrar coloca esse *gate-keeper* como um misto daquele que oferece as informações, como os produtores anteriormente abordados fazem, mas as dá por meio do relato de uma experiência particular, a de ser turista. Por esse motivo, as formações discursivas que aí se apresentam só podem ser compreendidas na intersecção dos olhares dos produtores e dos consumidores.

Conforme o título incita, *Buenos Aires em Dose Dupla*, ou a repartição da matéria em Buenos Aires para *iniciantes e iniciados*, a cidade poderia ser vivenciada de diferentes formas. A primeira experiência seria aquela realizada através dos pacotes turísticos de maneira superficial. Aí consistiria a crítica central da reportagem. Os passeios guiados, oferecidos nos pacotes comercializados pelas operadoras, chamados de panorâmicos, foram considerados como superficiais, rápidos, efêmeros na análise realizada pelo repórter. Há uma constante crítica acerca da falta de explicações do contexto histórico dos lugares visitados, dentre eles estão: o Obelisco, a Av. 9 de Julho, os bosques de *Palermo*, a flor de prata, o cemitério da *Recoleta*, o *Palais Glasse*, o Malba, a *Plaza de Mayo*, a Casa Rosada, o Cabildo, o Teatro Colón, o bairro *San Telmo*, as casas tradicionais de show de Tango, o estádio de futebol do Boca Juniors, o *Caminito*, a Galeria Pacífico, o cassino flutuantes e o *Puerto Madero*. Um conjunto de lugares já consolidados como turísticos.

O relato dessa experiência revelou um descontentamento acerca do que era apresentado como atrativo e como era descrito, sempre evidenciando um olhar desviante sobre esses “*atrativos*”, aos quais Paulo Vieira referiu-se com essa mesma grafia. Desse modo, as instâncias apresentadas pelos pacotes turísticos são associadas ao que é atrativo e à concepção de turístico. A percepção sobre o que é atrativo turístico ou acerca dos pacotes turísticos está relacionado ao que é básico e a um conhecimento superficial de Buenos Aires. Essa questão fica evidente no subtítulo que antecede a primeira apresentação da cidade, a

versão dos pacotes turísticos: “BsAs para iniciantes. A primeira vez que vi você : Obelisco, o Caminito, as Galerías Pacífico, o cassino. Bienvenido a Buenos Aires querida das operadoras brasileiras” (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5B). Em meio a esses atrativos básicos, os desvios de atenção vão em direção ao cotidiano dos portenhos, sempre em meio a descrições históricas, a observação das formas arquitetônicas e carregados dos demais sentidos românticos:

Dali, atravessamos a larguíssima 9 de Julio (a avenida do Obelisco) e pegamos a Libertador, em direção aos bosques de Palermo, onde está o Jardim Japonês, e, mais à frente, o pequeno e adorável Jardim Botânico. Vimos da janela gente levando dezenas de cachorros [...].

Eis o que se passou: a guia apontou para a Catedral (que tem as formas de um templo grego, com 12 colunas clássicas, cada qual representando um apóstolo) e nos deu 15 minutos para conhecê-la. Não nos acompanhou, como a nos dar uma bem-vinda liberdade (eu, que já havia estado ali, aproveitei para matar meu jejum com um típico café portenho: café com leite e media-lunas) (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5G).

Além dessa questão, há uma busca pela compreensão do contexto social que está por trás das apresentações de rua feitas para os turistas – em vez de olhar e tirar fotos com os dançarinos de Tango no Caminito, o jornalista conversa com uma das *parejas* sobre a dança como trabalho.

Na segunda parte da reportagem, a dos *iniciados*, o repórter permanece na mesma trilha das indicações dos produtores do Turismo: elogia os autoguiados e os passeios oferecidos pela Subsecretaria de Turismo de Buenos Aires. Os elementos descritos neste segundo momento remontam a uma perspectiva romântica. Como exemplo, o anseio pelo tradicional e a atenção sobre os fixos em busca de uma compreensão histórica. Da mesma forma, mantém os sentidos românticos e os agregados ao universo simbólico da Representação Social de atrativo turístico no caso dos *Audio Guía Móvil*, de modo que são destacados pelo repórter a oferta cultural, gastronômica e de entretenimento, assim como a unicidade das instâncias descritas (o melhor, o irreproduzível, o mais). O que acaba por não romper com os sentidos até aqui desvelados e que dialogam com as teorias acadêmicas sobre a concepção e constituição dos atrativos turísticos.

O bairro epitomiza o melhor de Buenos Aires. Há restaurantes de comida fusion de sabores irreproduzíveis (e ambientação terrivelmente descuidada), como o Sudestada, e parrillas tradicionais, como a do Clube Eros, um dos lugares mais baratos de toda Buenos Aires (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5P).

Contudo, na medida em que se manifesta o interesse de ir para além do centro histórico da cidade, a atenção desvia-se da valorização sobre a história. O subtítulo que antecede as dicas para os iniciados evoca os deslocamentos pelos demais bairros da cidade, nem tão centralizados e menos antigos: “BsAs para iniciados - pra viver um grande amor - Palermo Viejo, San Telmo, Belgrano, Recoleta, Las Cañitas” (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5MM). Alguns estão situados no recorte do mapa turístico, outros não. Assim, em um primeiro momento o repórter critica os pacotes turísticos no que tange à localização dos hotéis disponibilizados para escolha do cliente, sempre no microcentro. Para sustentar sua crítica e oferecer alternativas, apresenta a ampla e diversa oferta de hospedagens que se dispersam por outros bairros da cidade. Esse olhar desviante projeta-se na busca por uma oferta cultural e comercial cotidiana. Essencialmente em *Palermo*, ruas e diversas lojas com diferentes propostas são descobertas e sempre descritas nas suas formas e ambiências. O movimento está lá, em menor proporção, mas está descrito na composição dos cenários, quando os fluxos e fixos são considerados ao compor as ambiências. Porém, mesmo afastando-se da valorização sobre a história, a percepção romântica não é totalmente descartada. Nessa descrição minuciosa, o pictórico é retomado em uma visão idealizada da cena social que se passa aos olhos do repórter.

Por todos os lados, *vielas* e ruas estão cheias de lojas de *objetos de arte* ou supostamente isso, como as garrafas de uma *lojinha* na Passaje Russel, ou as brincadeiras conceituais da *Objetos Encontrados*, na Thames - *a loja é tão pequena que é nos bancos do recuo da calçada que os artistas vendedores dividem a cuia de mate, as garrafas de vinho e o violão com os visitantes* (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5Q).

Considerando esse afastamento do microcentro, os meios de transporte acabam por ser analisados e o caminhar pelas ruas é apresentado como uma agradável opção para descobrir a cidade nas suas formas e movimento.

Por mais barato que sejam os táxis, saiba que caminhar na cidade é um grande prazer, seja nos parques, seja nos quarteirões sempre planos (diz-se que só há quatro elevações em toda Buenos Aires, as chamadas "barrancas"). Uma delas, que se tornou um pequeno parque, está em Belgrano, com direito até a coreto, onde velinhos costumam dançar tango mesmo sob o calor africano de verão. Ali é onde a Calle La Pampa cruza a linha do trem, que todos chamam de "Via" (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5V).

Após a exposição de lugares e bairros descentralizados, há uma retomada dos pontos turísticos apresentados nos passeios guiados. No entanto, um olhar atento revela-se menos

passageiro e panorâmico, mas ainda situado sobre o trajeto dos produtores do turismo: o bairro de *San Telmo* e a famosa feira de antiguidades; os passeios gratuitos oferecidos pela municipalidade, enfocando a arquitetura e a história dos personagens ilustres e dos bairros; o clube de futebol Boca Juniors e seu museu; o Cemitério da *Recoleta*, abordado a partir da história dos grandes personagens, como Eva Perón; o *Puerto Madero*. Vale ressaltar que, se no primeiro momento o *Puerto Madero* era tão somente vangloriado pelo seu projeto arquitetônico, referido pelo glamour dos restaurantes e pela estética das edificações novas do bairro, neste segundo momento, em meio aos aspectos já evidenciados, aparecem as múltiplas espacialidades. Não apenas em uma restrição da área do *Puerto Madero*, mas de modo amplo o repórter apresenta tensões sociais que permeiam a vida dos portenhos e marcam os espaços da cidade.

o Porto Madero, o mais bem-sucedido projeto de reurbanização da cidade. Pode-se dizer que a região roubada ao Prata foi entregue aos tubarões - os hotéis Hilton e O bellissimo Fae, com sua atmosfera fin-de-siecle 20, têm diárias altas, e os restaurantes, como o Cabanas Las Lilas, grupo brasileiro Rubaiyat, estão entre os mais caros da cidade.

Mas mesmo aí há espaço para uma reserva ecológica (cujos lagos estavam muito secos verão) pública e, junto do cartão-postal que é a Ponte da Mulher, desponta um comedor. Trata-se de 1 quiosque de comida simples, comandado pelo agitador profissional Raul Castells, que provê refeições de graça aos necessitados. "Lutamos por uma Argentina onde os cachorros dos ricos deixem de ficar mais bem alimentados que os filhos dos pobres", eis o slogan do estabelecimento.

É improvável que essa luta tenha, ao final, bom termo. Se a pobreza bonaerense não tem a indecente escala brasileira, é bem verdade que carroceiros reviram o lixo (que não é separado) por todos os lados, à noite; que favelas marcam a periferia da cidade, e que a cumbia villera, adaptação do ritmo dançante colombiano a uma temática gangsta, um dia pode acabar com a hegemonia atávica do tango até entre a classe média. Por outro lado, os perros, levados a passear em grupos de dez, até 15, por profissionais contratados, parecem mesmo muito saudáveis em seus tours pelas ruas elegantes da Recoleta (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5AB).

Por fim, Paulo Vieira conclui que Buenos Aires é uma cidade múltipla e complexa: "Numa calle elegante da vizinhança, refletindo depois sobre a intrincada e dramática história do país, você talvez chegue à conclusão de que sua relação com Buenos Aires está apenas começando" (5AD). Diante desse desfecho e retomando a totalidade discursiva, o conhecimento superficial inicial sobre a cidade, produzido por meio de uma experiência efêmera e controlada de seus atrativos básicos, torna-se aprofundado na medida em que outras questões passam a ser merecedoras de atenção em meio à complexidade de Buenos Aires. Assim, aos valores centrais das Representações Sociais de atrativo turístico que permeiam as formalidades discursivas já analisadas são conjugadas outras instâncias passíveis de interesse: o movimento, as práticas culturais e as significações locais; as ruas, suas formas e seus

lugares; as condições sociais; a oferta cultural e comercial cotidiana, indo além das galerias de arte, museus e feiras de artesanato, contudo, por vezes ainda apresentando reminiscências de um olhar romântico. Desse modo, essa terceira textualidade apresenta uma polifonia de formações discursivas; ora se detendo na idealização da sociedade, nas pontuações históricas, na valorização das unicidades, no tradicional, no artesanato, nas artes, nas formas arquitetônicas e urbanísticas, na oferta cultural institucionalizada; ora, almejando compreender o cotidiano, as condições sociais, as práticas culturais do dia-a-dia, o movimento e as ruas, seus lugares e suas ambiências, mesmo que ainda sob uma perspectiva pictórica e idealizada: romântica.

3.2 Aos Consumidores

Aparentemente, a relação entre as formações discursivas, presente nos discursos dos produtores, demonstra uma dilatação do corpo semântico que compõem as Representações Sociais de atrativo turístico que atravessam esses discursos, influenciando na forma de perceber e descrever Buenos Aires. Contudo, as textualidades das entrevistas dos gaúchos porto-alegrenses permitem compreender que o que corre é uma tensão entre o que é atrativo turístico e o que não é, mas tem atratividade. Conforme argumenta Eni Orlandi (2003), um discurso pode ser polifônico na medida em que uma fala constitui-se em relações a outras falas, seja para reafirmar, contradizer ou complementar os sentidos silenciosos que perpassam diferentes formações discursivas. Essa tensão fica clara nas expressões coletadas através das entrevistas em profundidade.

Quando eu cheguei lá eles até disseram: ta... tu vai querer ir nos lugares, assim, maaais turístico, porque não é o mais legal. Eles disseram né? Então o que a gente vai fazer: a gente vai sair para almoçar, para jantar, a gente já conhece, a gente vai caminhando, vai conhecer os bairros... (CAROLINA, 8C).

Pegamos um trem, trem mesmo, trem que o cidadão usa para trabalhar mesmo. [...]Chegando no Tigre, a gente foi pegar o trem da costa, que é um outro trenzinho. Daí já é um trenzinho turístico que faz esse passeio bem pela beira do Rio da Prata e tu pode descer em todas as estações (MARI C, 13L).

Eu gosto de fazer compras e de jantar em restaurantes. Acho que os lugares turísticos, tu já conhece já foi tu não vai de novo, assim, a não ser que tenha algum outro casal, alguém que não conhece. Mas a minha programação predileta é sair para jantar (LUCIANA, 11F).

E o interessante de Buenos Aires é essa diversidade. Não é só a questão do Tango, que sempre chama muita atenção, mas essa questão cultural, as oportunidades que se tem. [...] A gastronomia do povo e da cultura argentina é algo, assim, fantástico. Não só a parrillada, que é típico, característico de lá, mas como

quaisquer outros pratos e a diversidade de restaurantes. Porque, todo turista, quando ele vai, o que ele faz é ir mais a pratos típicos da parrillada. Então se conhece pouco da cultura gastronômica de Buenos Aires, entende? Então é interessante buscar outras alternativas de restaurantes. Então eu já fui a todo tipo de restaurante (VANDA, 15C).

Para compreender a tensão entre as Representações Sociais de atrativo turístico e a percepção que emerge acerca de uma atratividade, quadros⁷⁹ foram elaborados para agrupar as formações discursivas das textualidades referentes aos discursos dos gaúchos porto-alegrenses, utilizando os índices remissivos. Categorias foram sendo compostas através de cada fragmento analisado e relacionado a outros, os quais traziam idéias complementares para formação das categorias. Após a conformação aleatória das categorias, houve uma reformulação da ordem na qual estavam dispostas com a finalidade de verificar o que essas, nas suas inter-relações, poderiam indicar. No âmbito mental esse trabalho é realizado quando as entrevistas são transcritas e fragmentos vão relacionando-se como que completando um quebra-cabeças. Um fragmento discursivo, entendido sempre na sua totalidade discursiva, remete a outro fragmento e a outras falas possibilitando compreender a formação discursiva que os caracteriza. Nesse sentido, esse quadro de relações analítica foi útil para tornar visível as relações estabelecidas.

No que tange a concepção que se forma sob a égide do que é atrativo turístico, os elementos associados são geralmente citados, sem que haja descrições atentas. O fato de serem referenciados sem muitos detalhes leva a compreender que esses seriam lugares comumente reconhecidos em decorrência da propaganda turística, através da qual os locais são exaltados. A observação sobre a propaganda turística marca a fala de Ana quando há menção aos lugares e instâncias promovidas pelos produtores do turismo.

No El Caminito. Aquele lugar eu fui duas vezes. Eles recuperaram mais, na segunda vez tava mais arrumadinho. Mas ele era pequenininho, né? Pelo menos eu achei, pela propagaaaanda que eles fizeram... mas eu achei assim [fazendo gestos indicando que era pequeno] (ANA, 6D).

Os locais apresentados sem descrições detalhadas são: o bairro da *Recoleta*, os seus palácios, onde hoje estão situadas diversas embaixadas, e seu cemitério em decorrência do valor histórico, dos mausoléus de grandes personagens (em específico da figura de Eva Perón) e da arte cemiterial; *San Telmo* e a feira de antiguidades, por vezes caracterizada como tradicionalíssima; a *Plaza de Mayo* e seu complexo de prédios históricos, dentre eles a Casa Rosada e a Catedral; a arquitetura e a história sobre a colonização; os monumentos, as obras

⁷⁹ Ver quadro 17 em anexo.

de arte, o obelisco; a *Calle Florida*; o *Puerto Madero*, seus restaurantes e seu projeto arquitetônico; o bairro *La Boca*, associado ao *Caminito* e a *Bombonera*. O fato desse grupo de locais citados apresentar correspondência com os pontos turísticos apontados pelos produtores indica o seu reconhecimento pelos consumidores como atrativos turísticos. Quando os locais identificados como turísticos são descritos a partir de suas peculiaridades, o caráter histórico e arquitetônico ganha espaço, em alguns momentos emergindo nos relatos o reporte, ou indícios, das falas dos guias e das descrições dos demais produtores – o que também pode ser encontrado no discurso da reportagem analisada.

Eis o que se passou: a guia apontou para a Catedral (que tem as formas de um templo grego, com 12 colunas clássicas, cada qual representando um apóstolo) [...] Sobre a praça, a guia depois [o guia] nos disse que foi dali, na segunda fundação da cidade, que Buenos Aires se desenvolveu; que é o lugar onde as pessoas celebram o futebol ou derrubam governos. Ao darmos a volta, localizou na Casa Rosada o famoso balcão onde Evita magnetizava os "descamisados" e chorava pela Argentina (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5G).

Nós queríamos ir na *Plaza de Mayo*, mas não deu para ir. Só sei que, as notícias que a gente ouve, que desce mil oitocentos e pouco que tem essa história da *Plaza de Mayo* para se libertar da Espanha. Porque é uma coisa bem... específica... que eu me lembro que eles falaram. No passeio eles já dão um papelzinho, assim... (ANA, 6I).

Tu faz com uma guia, inclusive, nas sextas-feiras tem um guia que fala em português, mas agente fez com um guia em espanhol mesmo. Dura uma hora o tour pelo cemitério. E ela conta uma aula de história porque tem muito presidente da Argentina lá enterrado. Tem outras pessoas mais anônimas, mas com uma história legal, ou algum... um cara que já ganhou um prêmio nobel... é uma aula de história. Gostei bastante, para quem gosta de história (MARIA C, 13K).

Eu me lembro que o guia mostrava que em uma janela dessas a Evita Perón fazia discursos. Nós paramos em um parque que tem uma estátua da Eva Perón. Não dá muito tempo, passa e vai mostrando, né? Aqui é tal coisa, tal coisa, tal coisa... (VERA, 16M).

Ainda, os elementos admitidos como atrativos turísticos foram associados àquilo que é básico na cidade, remetendo à idéia de superficialidade, generalidade, resumo. O que pode ser associado à crítica do jornalista Paulo Viera acerca da experiência dos iniciantes e os pacotes turísticos. A percepção sobre os atrativos turísticos como básicos indica a superficialidade dos passeios turísticos pela cidade, os quais proporcionariam uma experiência controlada e efêmera, que permitiria passar rapidamente pelos principais pontos da cidade na perspectiva dos produtores.

A gente começou fazendo aquele básico, né? Indo *Plaza de Mayo*. Ali, a Casa Rosada tava fechada para reforma, infelizmente a gente não pode fazer a

visita interna. Ali, Catedral. Ali na volta da Praça. Calle Florida, olhando lojas e tal. Fazendo esse passeio assim. E à noite a gente ia jantar ali por perto. Dessa uma semana a gente foi duas vezes no *Puerto Madero* (MARIA C, 13B).

Porque quando tu faz um passeio turístico, em ônibus turístico é uma coisa: tu vê de fora e tal, o monumento, são belíssimos, aqueles mausoléus são verdadeiras obras de arte, então a gente nunca vê bem o que é (VANDA, 15M).

O ônibus foi passando nos principais pontos. Aí nós fomos na... visitar os prédios, as casas mais caras... próximo do cemitério, dos palácios, nós caminhamos pelo cemitério, tiramos foto... (GUSTAVO, 9D).

O propósito de tirar fotos nos passeios turísticos guiados já era evidenciado por Paulo Vieira – “se o que se espera, acima de tudo, é tirar fotos - e é mesmo essa a regra desse tipo de passeio” (VIAGEM E TURISMO, 5G). A prática dos turistas de fotografar o que é concebido como turístico declara que há um compartilhamento das Representações Sociais de atrativo turístico que cruzam a produção, mesmo quando esses elementos não são vistos pelo sujeito como de seu interesse. Essa questão leva a pensar, então, que as Representações Sociais de atrativo turístico até aqui desveladas constituem um conjunto simbólico valorativo compartilhado entre aqueles que produzem e aqueles que consomem.

Que mais que a gente? A gente foi ali na Recoleta. Andamos todas a... em fim a gente foi caminhando, fomos no Buenos Aires Design. Que tem um shopping ali de Design. Ah.. a gente caminhou muito, assim... A gente andava de metrô, a pé, ou de ônibus. Fomos para o centro, ah tá...Tiramos foto na Casa Rosada, ali na praça das mães de Mayo. (CAROLINE, 8J).

Então a gente foi também a La Boca, aí a gente fez o tour no estádio, na Bombonera. Fomos ao Caminito, tiramos fotos, comprinhas e tudo assim (MARIA C, 13F).

Eu não imaginei que ia ver uma praia ou um clima tropical. Eu achei que fosse mais, assim, sei lá... que ia ter uma fotos para eu tirar e prédio não me chama atenção. Não sei, se eu fizesse arquitetura, ou sei lá, outra coisa ia me chamar... Daí eu queria tirar foto e não tinha, assim, um motivo, uma coisa. Tá vamos tirar foto aqui na frente, né? Tá, tem o obelisco né? [uma risada irônica] (CAROLINA, 7O).

Fica claro através dos relatos que essa experiência mediada pelos pacotes turísticos ou que permanecem sobre a trilha do que comumente é reconhecido como atrativo turístico, um resumo dos principais pontos da cidade, resulta em uma vivência superficial da cidade. Isto porque não seriam contempladas as múltiplas características do local (o outro lado do que é turístico), as quais são descobertas por meio de um mergulho no cotidiano do local, são descortinadas na vivência dos locais praticados no dia-a-dia pelos portenhos e que só são sentidas através da imersão na complexidade do espaço que se quer conhecer. Experiência que os produtos turísticos não contemplam.

Ou seja, a comida que o argentino come todo o dia. Porque a gastronomia na Argentina não se resume unicamente na parrillada como nós brasileiros costumamos a ver e a apreciar. Não existe muitos outros tipos e outras oportunidades de se comer, então, mais do que a parrillada, outros tipos, outros pratos. [...] Então é muito interessante se ir a locais onde não vai o turista, e sim o povo.

[...] e existe da mesma rede, dos mesmos proprietários, que se chama casa cruz, que lá se chama comida típica argentina, mas a comida urbana argentina. Porque, todo turista, quando ele vai, o que ele faz é ir mais a pratos típicos da parrillada. Então se conhece pouco da cultura gastronômica de Buenos Aires, entende? (VANDA, 15E-15G).

Eu fiquei um misto de turista e de quem morava lá. O que me deixa bem contente, porque fica aquela coisa só de turista tu não percebe como é que é a vida, o dia-a-dia, a vida lá (CAROLINE, 8K).

[... com excursão] tu conhece tudo, mas tu entra no ônibus desce na *Plaza de Mayo*, entra no ônibus... tu acaba não observando se tu ta indo para norte para sul, para leste ou para oeste. Mas quando tu ta sozinho, tu tem que fazer tudo, tu aprende legal (MARIA C, 13X).

Aí reside o principal contraponto da tensão observada. Uma tensão que não se sustenta somente em concepções diferenciadas sobre aquilo que atrai, mas uma tensão possível a partir de distintas experiências que permitem aflorar respectivamente percepções diferentes, quando mediações culturais próprias de cada experiência são postas em jogo de acordo com as relações estabelecidas: as Representações Sociais de atrativo turístico relacionadas à experiência dos pacotes turísticos e dos produtores do turismo em geral (relação sujeito - produto turístico – local). A concepção de atratividade que aqui se descortina está relacionada a uma experiência independente, sem a intervenção dos produtos turísticos, o que permite uma relação do sujeito com o local por meio de uma outra temporalidade. Agora não mais a do consumo rápido dos recortes básicos da cidade, mas a do tempo da descoberta do *outro* e de seus lugares praticados, um tempo de inserção na complexidade do local. Esta última experiência demarca a inserção do turista no movimento local através de uma temporalidade específica e por meio da prática de caminhar pelos bairros, por entre suas ruas, realizando interrupções prolongadas em lugares descobertos atraentes para, assim, conhecer e sentir melhor a cidade.

Mas daí, a gente como jovem foi conhecer a cidade. Caminhar, caminhar, caminhar... entrar em lojas, naquela época não tinha shopping centers (JOSÉ E, 10B).

A gente vai sair para almoçar, para jantar, a gente já conhece, a gente vai caminhando, vai conhecer os bairros (2)... a gente andava muito por Palermo, jantava muito em Palermo. Fomos na feirinha de San Telmo no domingo, caminhando, aí a gente entrava: ah vamos comer uma empanada, e toma um chope

uma cerveja [...] E como em Buenos Aires eu não me lembrava de nada, eu queria caminhar pelas ruas, sentir a cidade mesmo caminhando, assim né? (CAROLINE, 8C-8N).

Fizemos um tempo bom lá [no zoológico]. Uma coisa que não estava nos planos, porque justamente a gente saía para caminhar pelos bairros: hoje a gente vai ficar aqui por Palermo. Então, surgia alguma coisa a gente aproveitava, batia perna (3), gostava de um lugar ficava mais tempo, não gostando seguia caminhando (MARIA C, 13I).

Lá eu caminhava, saía do meu curso para passar o tempo caminhando, caminhando, caminhando. É uma cidade ótima de se caminhar porque é plana né? Pode caminhar três horas sem subir uma elevada, né? Depois chega cansado, vai dormir (JOSÉ E, 10K).

Eu achei as coisas próximas, e como é plana a maior parte da cidade, é bom para caminhar mesmo com frio. E a gente fazia um esforço e ia caminhando e meu pai [José E.] dizia assim: não adianta tu entrar dentro de um taxi que tu não vai conseguir enxergar né? Daí eu ia com dois casacos [risos] (CAROLINA, 7R).

A locomoção torna-se importante na medida em que a cidade apresenta-se como um espaço de leitura,

onde os sujeitos terão de deslocar-se por cruzamentos, travessas, trajetos, atravessar ruas, alojarem-se em nichos, saírem de casa, à procura de possibilidades de sentido que estão na tomada do espaço urbano pensando enquanto espaço que se constitui com os sentidos e os sujeitos do lugar público (ORLANDI, 2001).

Percorrer as ruas da cidade torna-se fundamental para o visitante que almeja alcançar seus sentidos. Isto porque a rua pode englobar “espaços, sujeitos, práticas urbanísticas, acontecimentos, significando também a fusão do espacial e do social, bem como as contradições que atravessam os espaços públicos” (NUNES, 2001, p. 101). A rua constitui-se como um espaço público atravessado por diversos discursos: o rap, a poesia urbana, a música, os grafites, os trajés dos passantes, as rodas de conversas, os pontos de encontro, os vendedores de rua, as vitrines das lojas, o desenho urbanístico, a arquitetura, etc. Cada discurso é encontrado através de uma espécie de flagrante – “são flagrantes o que chamarei de narratividade urbana. A cidade não tem um seu narrador [...]. A narratividade urbana tem vários pontos de materialização” (ORLANDI, 2001, p. 11). Essa materialização diz respeito aos sentidos que são projetados na espacialidade através desse movimento polifônico, compondo a cidade como um corpo simbólico. Assim, esse movimento é formado por cruzamentos de sentidos, não apenas provocado pelos cruzamentos de corpos.

Essa experiência do caminhar por entre os sentidos da cidade aproxima-se da experiência do *flâneur*: o homem das multidões que conduzia as narrativas literárias do século XIX. Um observador que transita por entre a uma multidão de rostos anônimos que animam

as grandes e cidades. Um andarilho que faz da rua a sua morada, que a percorre sem destino certo movido pela curiosidade da próxima descoberta, vagando pelas vielas em uma temporalidade ociosa. Descompromissado com o tempo cronológico do trabalho, percorre as espacialidades públicas das ruas e das galerias, onde admira as vitrines das lojas sem nada comprar. Sua atividade, um passeio atento pela cidade por meio do qual observa a vida passar como se estivesse em desfile (BENJAMIN, 1991).

O que eu acho mais... eu gosto de passear naquele shopping que tem os arcos. A galeria Pacífico, que tem os vitrais em cima (LUCIANA, 11D).

O meu objetivo não era compras. O meu objetivo não era, porque a gente queria passear [...] Nosso objetivo mesmo foi passear e conhecer... O objetivo principal foi isso: bater perna e conhecer caminhando. (MARIA C, 13R).

Eu acho que a Recoleta eu iria de novo, só para passear, ver aquelas casas maravilhosas, os casarões (VERA, 16L).

Eu iria para o Palermo Hollywood e iria passear na Recoleta, naquelas feiras que tem. Ali na Recoleta tem um shopping de Design. Lindas as coisas, uns móveis os preços super bons (CAROLINA, 7P).

Além das ruas, outros espaços de sociabilidade destacam-se. No caso de Buenos Aires, entre eles estão as livrarias e os cafés. Através desses locais, ao caminhar pela cidade e vivenciar seus interiores, o turista pode observá-la e conhecê-la. Isso porque os diferentes espaços públicos são constituídos por diversas formas de sociabilidade que neles são projetadas criando distintas espacialidades e temporalidades que podem ser observadas mesmo por aqueles que se situam fora dessas manifestações sociais. De acordo com José Horta Nunes, “a palavra de público foi tornando-se, também, uma região espacial da sociabilidade. ‘Público’ significa aberto à observação de qualquer pessoa, enquanto ‘privado’ significa uma região protegida da vida, definida pela família e pelos amigos” (2001, p. 102). A experiência dos espaços públicos caracteriza o Turismo urbano e o diferencia daquele realizado nos espaços rurais, visto que neste último as práticas culturais só podem ser vivenciadas dentro do âmbito privado, da propriedade agrícola da família e, por vezes, das práticas realizadas dentro da residência familiar.

Tendo em vista a visibilidade que os espaços públicos dão às práticas culturais dos e nos centros urbanos, os cafés e as livrarias são geralmente referenciados como bons lugares para sentar, olhar o movimento e passar um tempo agradável. Esses são lugares públicos cujo movimento cessa a inserção do sujeito na circulação apressada que atravessa a rua. Assim, neles existe a possibilidade de permanecer naquele espaço e deixar o tempo passar sem que se

chegue a outros lugares. Se o visitante vê a rua como lugar de passeio onde descobre coisas capazes de deter a sua atenção, a grande massa que percorre as vias da cidade a toma como espaço de circulação⁸⁰, apesar de ainda haver, em meio a esse movimento frenético, espaços de sociabilidade que exigem uma olhar mais atento do transeunte para serem descobertos, percebidos.

Senta num café, olhando o movimento, entrando em uma livraria, porque isso tem muito né? Essa livrarias antigas, hoje lojas de disco de Cd, então realmente preenche teu tempo né? (JOSÉ E, 10L).

Aqueles cafés, tu te sentar, ficar horas ali sentada, olhando o movimento (M FLÁVIA, 14B).

Assim, o movimento cotidiano é situado no cerne da atratividade, trazendo um olhar sobre os lugares através das apropriações locais que lhes dão características singulares mesmo em um contexto familiar. Esse aspecto não está presente nas formações discursivas dos produtores do Turismo, visto que os lugares são descritos através de suas formas materiais e de suas ambiência para indicar possíveis hábitos, sem apontar diretamente as formas de fazer – os bares são os que tinham hábitos noturnos, ou o bairro é que adentrava a noite com facilidade. É evidente que a cidade desempenha papel de ator social na medida em que o sujeito ao mesmo tempo em que a significa, significa a si próprio através dela – os espaços simbolizam e indicam práticas. Contudo, a dialética e recursividade das relações entre sujeito e cidade não é considerada na visão dos produtores do Turismo, visto que esses não apresentam a materialidade e o movimento por meio de suas conexões complexas.

O modo de descrever os lugares modifica-se nas textualidades dos entrevistados gaúchos porto-alegrenses, visto que esses passam a descrever os espaços em decorrências das práticas cotidianas que os animam. Portanto, o movimento portenho é posto em destaque na percepção sobre a atratividade da cidade, contrapondo a concepção de lugares turísticos. Há um anseio dos entrevistados por ir a lugares que o portenho frequenta e não somente onde só se encontram turistas, remetendo à percepção de um outro lado da cidade, aquele que o turista não vivencia, mas que tem atratividade.

Esse outro viés da cidade diz respeito a uma oferta cultural ampla. Aí entram as peças teatrais de grande, médio e pequeno porte, incluindo as propostas alternativas, não mais

⁸⁰ José Horta Nunes (2001) estudou as transformações semânticas da palavra rua. Através de sua pesquisa observou três sentidos produzidos em diferentes contextos históricos: a rua como lugar de passagem; a rua para passeio; na atualidade, diante de uma perspectiva urbanística, a rua é concebida como via pública para a circulação urbana.

se resumindo aos espetáculos de tango oferecidos por casas tradicionais de Buenos Aires, os quais foram associados pelos entrevistados ao conjunto básico de atrativos turístico.

La Boca! As casas de Tango são excelentes. Inclusive, o pessoal de lá não às vezes não tem hábito de ir, em show de Tango. Inclusive eu fui com um casal de lá e a menina ficou encantada. Eles são de lá e não iam. Praticamente eles eram os únicos argentinos que estavam lá dentro, o resto era tudo estrangeiro (LUIZ P, 12F).

a gente também optou por não ir em nenhum show de Tango. Eu já tinha ido com meu pai e com minha mãe e o Duda não quis: ah eu não quero gastar dinheiro porque são caros, geralmente turísticos, ah não vamos gastar dinheiro com isso, não é uma coisa que eu goste tanto, acho que não vale a pena [remete à fala do namorado] (MARIA C, 13O).

E o interessante de Buenos Aires é essa diversidade. Não é só a questão do Tango, que sempre chama muita atenção, mas essa questão cultural, as oportunidades que se tem. Inclusive, eu estou te falando nesse momento em peças teatrais de grande porte, mas tem outras menores, peças do tipo out off Broadway que vão à Buenos Aires (VANDA, 15C).

Ah uma coisa que a gente fez diferente. [...] a gente foi num sábado que eu cheguei num torneio, é tipo um torneio, a gente foi em um teatro como se fosse o teatro de Câmara nosso aqui, que é muito assim de estudante, aquela coisa mais experimental... (CAROLINE, 8H).

Nesse contexto, são contempladas, também, outras atividades culturais não necessariamente inseridas no circuito das belas artes e das principais instituições da cidade, como o Malba e o Centro Cultural da *Recoleta*, sempre destacadas no traço do Turismo. Essa gama de atividades faz de Buenos Aires uma cidade caracterizada por uma vida cultural intensa, a qual sempre oferece à população local e aos seus visitantes novas atividades culturais.

Tem uma vez que eu fui que eu fiquei naquele Marriott, que na frente tem uma praça enorme e tinha uma exposição de fotos, lindíssimas, que depois virou um livro. Sempre tem uma coisa nova (LUCIANA, 11D).

Ainda, a atratividade da oferta cultural não se limita nas possibilidades até aqui pautadas, uma vez que engloba a diversidade gastronômica encontrada na cidade. Assim, a percepção sobre a gastronomia atrativa não se detém unicamente à oferta da *parrillada*, elegida como prato tradicional dos portenhos, mas demonstra uma atenção do visitante para os restaurantes exóticos, embasados na culinária de outros países e serviços alternativos, e restaurantes nos quais as práticas cotidianas são observadas e onde a comida do dia-a-dia / a comida urbana pode ser saboreada.

E no Porto Madero, achei muito legal, também tinha uma casa que a gente não foi; não, a gente foi só conhecer, mas era dia de semana... que era o Asian... ahmm como é que é o nome? É uma casa noturna, mas é para jantar e acho que depois começa o som com DJ. E a decoração é toda indiana, assim, sabe? Oriental. Tem Sushi, mas não é um restaurante de shushi. A gente foi lá para conhecer o local, é super lindo (CAROLINA, 7N).

Tem umas coisas bem típicas. Lá tem tipo um convento que daí tem vários restorantezinhos com nomes de, El Diabo, e não sei o que, coisas assim, de céu e terra, que é comida, é o do dia, o prato do dia. É baratinho assim e gostoso, porque é uma coisa que ta no dia-a-dia deles (CAROLINE, 8J).

Existe um local que se chama *Guerin* [...] a característica desse local é bem... ahmmmm... do povo. Muitos saem na madrugada, ou depois dos shows, ou gente que anda passeando na rua e entram no *Guerin* (durante a noite que eu estou te falando, não só, durante o dia também) o que é característico é que eles servem a famosa empanada na entrada do restaurante os argentinos comem a empanada de pé, é típico, tu entras em um restaurante tem um lado, assim, todo ele que serve especialmente a empanada, há outros pratos, mas especialmente a empanada. Então tu vê nas saídas do teatro, como eu estava te dizendo, de manhã, de tarde, a qualquer hora, as pessoas entram pedirem uma empanada, geralmente carne, que é a melhor empanada que tem, comem de pé – é típico, é característico, é a escolha – e saem para os seus trabalhos, para as suas ocupações, enfim... (VANDA, 15F).

Esses lugares praticados no cotidiano também estão associados às livrarias e aos cafés, muito freqüentados e espalhados por todos os lados da cidade, conforme a percepção dos entrevistados denuncia ao fazer referência aos hábitos dos portenhos ou a possibilidade que o turista tem de praticar esses espaços.

Daí de madrugada esse povo todo saia a passear. Aí eu digo: eu vou também. Dei umas voltas lá. Tinha muitas livrarias abertas. [...] Aí eu fui em diversas livrarias, pra cá e pra lá. Acho que eu fiquei até às três da manhã. Era muito interessante (ANA, 6B).

[falando sobre o encontro com portenhos] No outro dia marcaram para a gente voltar, seria sábado, para gente tomar um café ali na Recoleta, naquelas esquinas, porque é muito comum os cafés a céu aberto, assim, na rua (JOSE E, 10I).

Livraria tem muito. O que a gente tem de farmácia aqui eles têm de livrara. Tudo que é quadra tem livraria e teatros. Teatro tu encontra muito. Tem teatro que tu não paga nada. [...] O pessoal vai para esses cafés, que eu não lembro o nome, vão lê, tomam um chocolate, um café. Vão para aqueles lugares lê (LUIZ P, 12J-12K).

Daí a gente entrava num daqueles cafés que tem a cada dez passos ali pelo centro e curtia. Tomava um café, comia uma *media luna*, sabe? Uma coisa bem deles. Porque sempre tem gente dentro dos cafés, sempre tem, impressionante, não interessa a hora do dia. A gente curtia bastante isso assim (MARIA C, 13N).

E outra coisa que eu gosto muito em Buenos Aires, já em 79 a gente foi, é aqueles cafés que tem. Eles têm uma vida, assim, muito urbana (VERA, 16D).

De forma ampla, os lugares de encontro, de lazer e de apropriação da população local são referenciados. Os espaços públicos são centrais na percepção sobre a atratividade do local na medida em que esses representam espaços de sociabilidade onde os indivíduos projetam-se, conformando a âmbito social e nele se constituindo. Como exemplo os parques e as praças e o hábito dos portenhos de estenderem-se nos seus gramados sob o sol de um domingo, além dos demais locais onde o visitante pode juntar-se anonimamente aos portenhos.

Fora também a questão de gastronomia, os cafês... e assim, finais de semana, sábados e domingos, o povo se estende nos gramados e ficam, especialmente, lógico, em dias de sol, e ficam expostos ao sol, lendo, pintando. Há muitos pintores que freqüentam esse lugar. Há muita diversidade de povos, que vão à Argentina para visitar, mas cada um deles, cada pessoa deixa a sua influência, a sua forma de sentir a praça (VANDA, 15M).

[sobre a descoberta do zoológico] Eu gostei bastante, me surpreendeu. A gente resolveu fazer um tempo, era um sábado, tinha bastante criança, tinha bastante bicho de impacto (MARIA C, 13I).

E fui no... ah... como é que era o nome? Opera Bay! Acho que era... às 19h todo mundo sai do trabalho, né? Tipo Happy Hour. e daí lá fica até às nove e meia, tudo duplo. [...] E o mais engraçado é que assim: tinha uns telões enormes com o jogo do Boca lá. E a gente até brincou né? Tinha um público masculino muito grande, não tinha muita mulher, e todos estavam fixados olhando para o telão, o resto da festa não existia (CAROLINE, 8K).

Os restaurantes e a gastronomia, as praças, os parques, as livrarias, os cafês e a oferta cultural e de entretenimento são questões abordadas nas textualidades dos produtores do Turismo. Contudo, há uma diferença marcante nas formações discursivas encontradas nos discursos dos sujeitos que neste estudo foram focalizados⁸¹, o qual resulta em distintas formas de descrever e perceber a cidade, seus locais e seu povo.

As formações discursivas dos produtores do Turismo denunciam Representações Sociais de atrativo turístico constituídas por valores essencialmente românticos que levam a priorizar as materialidades da cidade, não ocorrendo uma descrição a partir dos sujeitos que circulam por esses espaços públicos e privados e de suas práticas sobre esses. Por outro lado, as percepções dos gaúchos porto-alegrenses demonstram o intuito de saber como são, como vivem, o que fazem e, em decorrência desse interesse pelo aspecto cotidiano, as descrições trazem o movimento para descrever os lugares, por vezes havendo uma combinação complexa entre fixos e fluxos, materialidade e movimento, para descrever as ambiências, sentimentos e sentidos vivenciados. Mesmo em locais turístico há uma percepção sobre vida que neles se desenrola. Nesse momento, as descrições trazem questões que vão além daquilo que as formações discursivas orientadas pelas Representações Sociais de atrativo turístico

⁸¹ Produtores e consumidores. A percepção dos autóctones fica reservada para outro estudo.

contemplam. Como exemplo, as descrições da *Recoleta* e do cemitério desse bairro, que abaixo seguem, demonstram as relações entre as atratividades conformativas da complexidade do espaço, as quais fogem às descrições dos produtores do Turismo, uma vez que estes últimos tendem a apresentar os atrativos turísticos como pontos isolados.

Fomos no Cemitério da Recoleta, que é meio turístico. Muito bonito. Inclusive tava tendo um enterro naquele dia (CAROLINE, 8C).

A Recoleta é um dos bairros mais incríveis, assim, inclusive, acredito que, do mundo. É um local típico. É aquela história: um cemitério convive com as pessoas, com o shopping, com tudo. Então, é uma coisa inusitada. E tudo isso faz parte desse bairro, que não seria só a questão do cemitério, onde a Eva Perón está enterrada, segundo eles. Acho que uma dessas vezes que eu fui, desses últimos anos, eu resolvi ir lá porque eu achava tudo muito bobo ter que ir no cemitério, mas eu resolvi ir. Porque quando tu faz um passeio turístico, em ônibus turístico é uma coisa: tu vê de fora e tal, o monumento, são belíssimos, aqueles mausoléus são verdadeiras obras de arte, então a gente nunca vê bem o que é. Aí um dia, eu tava lá, sobrou um tempo e eu fui ver. O túmulo da Eva Perón não é nada, não tem a mínima graça. Mas o que é interessante nesse bairro é contraste de tudo isso e principalmente os locais finos, chiques, tem casas, assim, belíssimas. Uma parte da Recoleta são as embaixadas com prédios, assim, neoclássicos de uma beleza incrível. Fora também a questão de gastronomia, os cafés... e assim, finais de semana, sábados e domingos, o povo se estende nos gramados e ficam, especialmente, lógico, em dias de sol, e ficam expostos ao sol, lendo, pintando. Há muitos pintores que freqüentam esse lugar. Há muita diversidade de povos, que vão à Argentina para visitar, mas cada um deles, cada pessoa deixa a sua influência, a sua forma de sentir a praça. Então é muito bonito, realmente é muito bonito a Recoleta (VANDA, 15M).

Essa análise sobre as descrições complexas pode ser percebida através da comparação das formas de expor o bar Arcabar. Em específico, a comparação das expressões contidas nas entrevistadas Carolina e Caroline em comparação à fala de *gate-keeper* de Paulo Vieira. A percepção do repórter ainda anuncia formações discursivas perpassadas pelas Representações Sociais de atrativo turístico, até aqui esclarecidas, mescladas no restante da totalidade do discurso à percepção sobre a atratividade de Buenos Aires. Nesse trecho observado o movimento e as práticas não são claramente anunciados, apenas indicados através das materialidades dos lugares, suas decorações, sua estética arquitetônica e artística e seus objetos; ao passo que as falas femininas referenciam as práticas em meio à materialidade do ambiente, sua decoração, para formar o cenário (a materialidade e o movimento) vivenciado.

E ali parece mais para jovem, era ahmmm bem ahmmm ... mais o nosso chão, assim, de... não tinha tanto luxo, assim... a gente foi num bar nesse Palermo Hollywood, acho que foi, que era muito bacana. Que era tipo um, um, um, como é que chama, uma casa de antiguidades, que vende. Era para conversar... Era assim oh, tudo colorido, de joguinhos de quebra cabeça, de... para ti passar o tempo, assim,

com teus amigos... só que era cheio de coisa pendurada por tudo, assim, e colorido, sabe? Era.. muito engraçado (CAROLINA, 7FF).

A gente foi nuns lugares bem legais, assim, tipo: a gente foi em um bar que se chama Arcabar. A proposta é bem diferente. Tem uma coisa meio, ahhh como é que se diz... de antiguidade? É... Como se diz, aqueles lugares que eles vendem antiguidades?

Antiquário?

Antiquário! Eles têm um estilo de um antiquário. É todo meio louco, assim, muito legal. Coisas que não se combinam tudo misturado. E esse lugar as pessoas podem jogar jogos. A gente até foi só para jantar, porque a gente chegou num sábado e não tinha mais lugar para sentar. Então as pessoas podem jogar tudo que é jogo. Então, tem várias mesas... gritos... Eu até tinha conhecido um lugar assim em Minas Gerais, que é o Soho, que é bem legal porque daí as pessoas gritam porque estão jogando um jogo, alguma coisa... bem legal. (CAROLINE, 8EE).

À noite, as casas do bairro entram sem dificuldade alguma pela madrugada, caso do delicioso **Arcabar**, repleto de jogos de estratégia (informação útil; o War argentino chama-se TEG, e o tabuleiro tem territórios diferentes do nosso, como Kamehatka (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5Q).

No caso das duas primeiras descrições acima e nos demais trechos retirados das textualidades das entrevistas, a narrativa é formada sob a perspectiva de um sujeito inserido na experiência. Desse modo, esses discursos têm suas formas possíveis por serem relatos que testemunham a vivência dos lugares praticados – fazer o que eles fazem, ir aonde eles vão (ir ao *Puerto Madero* em horário de *happy hour*; ir ao jogo do Boca Juniors; assistir a uma peça de teatro, independentemente da temática ou do porte; ir aos parques ou no zoológico no final de semana; comer uma empanada no Guerin; fazer compras). A experiência desses fazeres remete à idéia de uma contraposição à experiência turística dos produtos turísticos, visto que a experiência das práticas cotidianas exige uma temporalidade diferente da programada nos pacotes turísticos, a qual permite uma visão superficial e rápida da cidade, conforme já demarcava o repórter da revista Viagem e Turismo Paulo Vieira.

Algo similar acontece em relação à diferenciação entre iniciantes e iniciados quando M. Flávia procura dar dicas para o *turista mais light* e para aquele que busca *mais a parte cultural*. Para o primeiro visitante a entrevistada indica os cafés tradicionais, menciona os lugares comumente reconhecidos como atrativo turístico e junto a esses adiciona os shows de tango. Para o segundo, a indicação de praticar os lugares emerge e nesta última indicação conclui:

E acho assim, principalmente assim, fazer as coisas que eles fazem: andar de metrô, de ônibus. Tu tentar viver como o povo do lugar o máximo que tu puder. Ir naquele naqueles lugares que eles vão: Parque de Palermo ao domingo, no zoológico. Tentar entrar na vida deles. Isso é mais importante para a gente conhecer o lugar (M. FLÁVIA, 14I).

O discurso aponta novamente para a idéia de uma atratividade baseada no cotidiano e associada à possibilidade de um conhecimento aprofundado acerca do local vivenciado, evidenciando uma tensão constante entre a experiência dos iniciantes e a dos iniciados; entre a experiência mediada pelos produtos turísticos e a vivência da cidade de forma independente; entre as Representações Sociais de atrativo turístico e a percepção sobre a atratividade.

Nesse âmbito, a história situa-se à margem do universo semântico valorativo que envolve as percepções sobre a atratividade. A descentralização do valor histórico sobre aquilo que atrai faz com que haja uma dispersão da atratividade pelos demais bairros da cidade em decorrência de peculiaridades não necessariamente atreladas a questões históricas, mas associadas às formas cotidianas de habitar e à oferta cultural que caracterizam os bairros interiores de Buenos Aires, distanciados da área de surgimento e desenvolvimento comercial da cidade. São as práticas locais o que singulariza esses bairros e os tornam atraentes, independentemente do peso das tradições que neles se manifestam ou de suas materialidades históricas. Portanto, os bairros mais distantes do centro histórico e comercial passam a ser percorridos, e os próprios bairros tornam-se uma atratividade a parte através da peculiaridade dos seus movimentos, das suas ruas, avenidas e demais lugares praticados e simbolizados no cotidiano.

E a gente meio que dividiu a nossa viagem por bairros. A gente queria conhecer os bairros. Eu acho que uma atração de Buenos Aires são os bairros, é uma atração a parte (MARIA C. 13D).

Diante da atratividade dos bairros, é compreensível a crítica que Paulo Vieira acerca das opções de hotéis disponibilizadas pelas operadoras locais, sempre situados no microcentro, alertando para o que é excluído dos produtos turísticos, no caso, as atratividades dos demais bairros descobertas também por meio de caminhadas “ao sabor do vento”, não programadas:

Ficam de fora lindos hotéis-boutiques e *guest houses* que dá vontade de morar, em bairros legais como Palermo Viejo e Las Camitas (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5D).

Por mais barato que sejam os táxis, saiba que caminhar na cidade é um grande prazer, seja nos parques, seja nos quarteirões sempre planos (diz-se que só há quatro elevações em toda Buenos Aires, as chamadas "barrancas"). Uma delas, que se tornou um pequeno parque, está em Belgrano, com direito até a coreto, onde velinhos costumam dançar tango mesmo sob o calor africano de verão. Ali é onde a Calle La Pampa cruza a linha do trem, que todos chamam de "Via". Por isso, caso você ouça algum portenho falar que ficou "pampa y via", você já sabe, primeiro, onde a esquina se localiza. E sabe agora também que a expressão significa ficar

"liso" - sem grana - em lunfardo, a gíria boêmia, muito usada nas letras de tango. É que, décadas atrás, funcionava naquela confluência uma roleta: as pessoas perdiam seu dinheiro e pediam para os amigos os resgatarem ali, na "Pampa y Via" (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5V).

Considerando a dispersão da atratividade pelos bairros da cidade e a necessidade de locomoção entre esses, os meios de transporte também são destacados, sendo para alguns objetos de curiosidade, além de cumprirem com a funcionalidade a que se propõem. O locomover-se pelas vias da cidade caracteriza a experiência da descoberta das atratividades e os meios pelos quais o sujeito locomove-se também acabam por falar da própria cidade, visto que são os meios e os trajetos do movimento local.

Aí depois, assim, a gente se baseou assim, a gente não queria gastar muito dinheiro com táxi, apesar de táxi ser barato. A gente gosta muito, tanto eu quanto ele, de andar de ônibus e de metrô. Muito, eu sou uma apaixonada por metrô, eu acho o máximo uma cidade que tem metrô. Então a gente pegava o mapa e ia andando de metrô pra lá e pra cá, tudo que a gente podia fazer de metrô e a pé a gente fazia. A gente andou muito, muito, muito (MARIA C, 13C).

os ônibus são velhos e poluentes, é verdade, mas estão por toda a parte, sem prejuízo da expansão do metrô e do serviço de trens. [...]Bares e restaurantes baratos, lojas excelentes, táxis quase de graça - atravessa-se toda a cidade por 10 dólares e uma corrida de Belgrano ao Centro sai por 6 (o metrô ou os ônibus coloridos, caso queira fazer antropologia, ficam em 25 centavos de dólar) (VIAGEM E TURISMO, PAULO VIEIRA, 5A-5U).

A percepção sobre a atratividade não implica somente em um deslocamento espacial no que tange o acesso aos lugares interessantes, mas, também, está associada à dispersão dos fluxos locais nos grandes centros urbanos marcados pelo tempo do trabalho. Assim, inserir-se no movimento complexo dos múltiplos espaços de uma cidade requer uma atenção acerca da dispersão do movimento ao longo da semana. Essa preocupação, apontada pelos entrevistados, afirma, mais uma vez, a centralidade da atratividade constituída pela busca da inserção no movimento cotidiano do local.

E acho que é legal, tipo, ir na quarta quinta feira, porque é que nem aqui acho, o pessoal começa a sair para a noite no final da semana, né?! Não vi muitos jovens, sabe? por causa acho disso, né? não era dia de sair (CAROLINA, 7B).

Hoje, como a gente já conhece Buenos Aires, o interessante é ir numa quinta-feira e voltar num domingo. Porque, antigamente Buenos Aires era considerada a cidade da Boemia. Mas isso aí, acho que com o desenvolvimento populacional, o número de jovens foi aumentando.. isso não é mais assim. É uma cidade que, realmente, o movimento é como Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro. De quinta a sábado é que as pessoas começam a sair para a rua para fazer atividades noturnas, entende? Então a gente, se a gente vai com amigos que está a fim de sair na noite, para se divertir, para jantar, para escutar música. Não precisa ir

segunda-feira e voltar na segunda. Pode ir na quinta e voltar no domingo que está visto (JOSÉ E, 10G).

Esse critério de orientação permite aos visitantes discernir quando é melhor estar em determinados lugares. Apesar desses transeuntes não estarem atrelados a horários programados, eles estão imersos em um movimento local marcado pelo tempo cotidiano fragmentado entre o trabalho e o lazer. Assim, o conhecimento da dispersão rotineira permite prever as características e intensidade dos fluxos.

Daí a gente só descobriu o lado da rua que tinha que pegar o ônibus e pegamos o ônibus para voltar. Isso era o que? Nove da noite, num domingo, que teoricamente seria um dia em que o público nos ônibus piora, não tem tantos trabalhadores, e a gente pegou super-tranquilo (MARIA C, 13P).

Transporte lá é baratíssimo. O metrô é setenta centavos e o ônibus é oitenta centavos. Muito barato mesmo. Bem em conta. Claro que o metrô tem certos limites, mas tem ônibus. A gente tentava evitar esses horários de pico. No primeiro dia a gente pegou o metrô às seis da tarde e eu quase fui esmagada, literalmente, fui sufocada dentro metrô, não conseguia sair do metrô, fiquei presa, fiquei braba, assim... Ah, então já que a gente não precisa pegar esse horário, a gente não ta trabalhando, vamos evita esses horários (MARIA C, 13T).

Um movimento urbano marcado pelo tempo familiar do trabalho, mas com suas peculiaridades na medida em que o movimento é único, os eventos e acontecimentos são próprios do local mesmo quando marcados por uma dispersão temporal familiar. As características que a temporalidade urbana imputa não apagam o campo das relações sociais e dos sentidos compartilhados entre os sujeitos imersos nessa urbanidade em movimento.

As relações sociais não se esgotam nas relações urbanas, mas atualmente, social e urbano viraram a mesma coisa. Dá-se assim o que chamo de sobredeterminação do social pelo urbano. A partir daí passamos a questionar, em nossas pesquisas, como é que o urbano apaga o social. As pessoas se satisfazem em falar das relações urbanas e começam a deixar de lado as questões sociais que se dão no espaço específico da cidade (ORLANDI, 2004, p. 82).

A particularidade portenha que se desenrola na urbanidade de Buenos Aires torna-se implícita nos relatos de José E sobre as diferenças das expressões do movimento portenho em diferentes momentos históricos vivenciados, apesar da dificuldade apresentada para expressar esse sentimento.

embora tinha essa ditadura, a gente encontrava passeata de estudantes pelas rua. Ainda, eles faziam referência ao presidente, ex-presidente Perón. Era muito forte, o peronismo. Continua ainda né? Principalmente nos interiores. Porque Perón foi um ditador que fez muito pelos pobres, segundo eles. Então era muito interessante a gente ver, lembra daquela passeata, e aqueles jovens todos falando: Perón, Perón, Perón... Perón, Perón, Perón... Aquilo deixava a gente impressionado porque aqui a

gente não via movimento [em Porto Alegre], assim, revolucionário jovem (JOSÉ E, 10A).

Esse movimento todo assim, isso é muito vibrante em uma cidade. Quem em Nova York, é outra experiência, é uma cidade que tu não vê verde, em Buenos Aires tu também não vê verde, mas tu sente uma vibração, uma energia muito boa. Tem tudo, tudo funciona, não falta nada. É uma cidade que tu não sente poluição, não é como São Paulo. Embora não tenha uma arborização forte como Porto Alegre, mas tu não sente... acho que por isso que vem o nome Buenos Aires (JOSÉ E, 10M).

Caroline também expõe algumas peculiaridades em meio a contextos aparentemente familiares.

Então a gente foi num sábado que eu cheguei num torneio, é tipo um torneio, a gente foi em um teatro como se fosse o teatro de Câmara nosso aqui, que é muito assim de estudante, aquela coisa mais experimental... E lá tava tendo um torneio, que eles fazem assim: eles fazem trios, e a gente já tava na final quando só sobraram dois trios, e eles tem que improvisar. Daí eles tiram um assunto, em dois minutos eles tem que criar alguma coisa para nos apresentar, Daí táh, tem três rodadas até que tem os vencedores. E era muito engraçado, muito legal assim. O placô, uma chacetes assim, se fazendo de estudante. E eles, só de olhar, era já... as caras muito engraçadas. Foi bem divertido. Isso foi no primeiro dia (CAROLINE, 8H).

Diante dessas observações, o diferente também está contido no cerne da atratividade, mas é um diferente que se encontra mesmo nas instâncias aparentemente familiares. Desse modo, há um contraponto com aquele diferente turístico, o qual isolaria a exotividade do contexto de familiaridades que o cerca e completa seu significado, como exemplo, o tango espetacularizado. É evidente que restaurantes, peças teatrais, praças, cafés e livrarias podem ser constituintes da oferta cultural e comercial de diferentes localidades. Contudo, as formas de fazer dessas instâncias e nesses lugares trazem sentidos que são performados somente no movimento portenho, neste estudo de caso, singularizando e diferenciando as familiaridades aparentes.

As familiaridades e diferenças são sempre expressas nas tentativas de aprofundar algumas descrições. A caracterização da cidade de Buenos Aires, de seus lugares e de seu povo, opera por meio das mediações culturais relacionadas ao universo simbólico da cultura, da cultura regional e também é mediada pela reminiscência de vivências passadas de diferentes cidades.

Lá é completamente diferente daqui, naquela época. As coisas eram todas limpas. Tu andava no metrô, os trens, eram limpinhos. Se fosse São Paulo era um perigo. Lá tudo limpo. A cidade muito limpa. Tudo, tudo, tudo.. uma organização tremenda naquela época (LUIZ P, 12H).

As aproximações e distanciamentos realizados para descrever a cidade de Buenos Aires carregam fortemente as reminiscências da vivência de Porto Alegre e os sentidos compartilhados pelos porto-alegrenses. Por exemplo: as manifestações culturais dos artistas portenhos de rua são comumente relacionadas a dos artistas porto-alegrenses; a feira de antiguidades de *San Telmo* é descrita por meio de comparações com o Brique da Redenção; *Palermo*, em decorrência de sua oferta cultural e de entretenimento noturna e seu caráter boêmio chega a ser comparado ao bairro Cidade Baixa; além de aproximações, são empregadas diferenciações entre os tamanhos das cidades e as peculiaridades da conformação dos bairros; a similaridade das formas espaciais e a localização geográfica de ambas também é motivo para comparações; por esse motivo, o projeto de revitalização da área do *Puerto Madero* é por duas vezes dado como exemplo à falta de iniciativa governamental do município de Porto Alegre no que tange a restauração da área do Cais do Porto; a cultura do gaúcho e o contexto urbano que o porto-alegrense vivencia fazem aflorar um sentimento de proximidade e reconhecimento.

Bem, Buenos Aires faz parte da vida dos gaúchos, sem dúvida alguma. Não só pela proximidade, porque a viagem se torna muito perto, mas porque as culturas... há semelhanças nas culturas (VANDA, 15A).

Lá é tudo muito bonito e muito gigante e é muito esquisito porque os hábitos são tão parecidos com os nossos, mas ela tem aquela coisa de capital, do país, é bem cosmopolita e tudo muito contemporâneo. Aquele antigo convivendo com o novo tão harmonicamente. [...] Eu me senti muito em casa, eu acho que os hábitos são bem parecidos, né? Embora tem essa coisa assim, a gente se sente meio pequeno. Daí a gente vê que embora os costumes sejam muito parecidos, lá é uma cidade grande.

Em que sentido tu diz?

De comida, muita coisa com carne, essas coisas assim. Acho que porto-alegrense tem essa coisa boêmia também, de sair de noite, das coisas começarem meio tarde. Lá ela estava me explicando que eles começam a trabalhar um pouquinho mais tarde (CAROLINE, 8B-8L).

Eles têm uma vida, assim, muito urbana. Por isso que eu acho que o gaúcho, que o porto-alegrense se identifica, né? Por que a gente não tem praia de mar, como eles ali também não tem. Então tem uma vida cultural, muitos teatros, muitos shows... (VERA, 16D).

Tipo, esse Palermo, que é um bairro, eles colocaram assim Palermo Viejo e Palermo Hollywood. Que assim, uma coisa, tipo Cidade Baixa [bairro de Porto Alegre]. Bairros antigos que foram aos poucos dando mais abertura para restaurantes e bares noturnos mais para jovens e alguns restaurantes mais sofisticados (JOSÉ E, 10F).

Porque Buenos Aires é diferente daqui. Aqui a gente tem o bairro centro e lá, para eles, o centro são vários bairros, é uma região, porque a cidade é muito grande, realmente. Eles têm um centro bancário, um centro financeiro, um centro de compras, é meio que separado assim... não é como aqui, que tu tem tudo no centro de Porto Alegre, que tu tem tudo perto (MARIA C, 13L).

Nessas aproximações e distanciamentos, a cidade de Buenos Aires ganha sentido através da descrição de seus bairros, suas ruas, seus lugares praticados e seu povo. A sua ambiência européia é por diversas vezes citada, aludindo aos prédios e à história dos seus colonizadores.

A crise é um fato marcante. As características atuais da cidade são descritas através das transformações ocorridas em decorrência da crise, a qual teve seu ápice em 2001. Nesse sentido, as tensões política e o contexto histórico-sociocultural passam a representar questões centrais na forma de vivenciar a cidade da qual surge a percepção de atratividade. Isto ocorre na medida em que se busca um conhecimento não apenas da história monumentalizada, mas a história enquanto um processo que permite compreender o presente e a população local. Assim, a sociedade é descrita pelos turistas sem muitas idealizações românticas. Ainda, mais do que se deterem à descrição do fato histórico político-econômico e social, ou mesmo mencionarem a crise diretamente, os entrevistados a trazem por meio das mudanças da aparência da cidade e de sua população. Os entrevistados colocam na centralidade da formação discursiva as condições aparentes da materialidade e do movimento da cidade, assim como as suas transformações sociais ao longo do tempo e as perspectivas do portenho.

Completamente diferente a Argentina de hoje do que era antes. Antes não tinha a pobreza que é hoje. Antes não tinha a pobreza que tem hoje. Era um país, considerado na época, a Suíça Sul americana, era completamente diferente. Era uma cidade limpa, era uma cidade bonita, era uma cidade alegre. [...] Hoje, a cidade mudou muito, ficou uma cidade não feia, mas uma cidade suja. Com mendigo na rua, que não existia. Da última vez que eu fui, faz uns três anos eu acho, já tinha melhorado um pouco. [...] Mas é outra cidade, tem sujeira que não tinha... as pessoas completamente diferentes. As casas, os cafês já tinham menos gente (LUIZ P, 12B-12I).

Claro que todas as coisas que, ahhh, se eles são melhores em relação à economia, ou piores, isso se reflete na cidade também né? Ah, ou ta mais limpa, ou ta mais suja. Tipo, pontos que já foram pontos altos turístico. Tipo a Recoleta, depois aquela praça de San Telmo, hoje são lugares que se não cuidar roubam a tua carteira (LUCIANA, 11C).

A gente vê, já na grande Buenos Aires, que existe mais cultura. A gente vê uma cidade que ta passando por um problema econômico, mas está se recuperando lentamente. E tu vê assim, por exemplo, restaurantes... deve existir desemprego, como em todo grande centro, mas tem restaurantes que mantêm garçons ainda de 20 anos. Senhores já de idade. É comum tu ver gente de mais idade trabalhando em áreas assim, que aqui é descartado quando chega aos 50, eles mudam para um de 25, 30 (JOSÉ E, 10D).

A crise é diretamente mencionada por duas entrevistadas que apresentavam um tom de conhecimento aprofundado da Argentina na medida em que desempenhavam o papel de informantes, além de relatarem as suas experiências.

E outra coisa, que a gente pode dizer é a capacidade do portenho de superar toda a crise que eles conseguiram superar (M. FLÁVIA, 14G).

Depois, Tango tu vê na rua, tu vê em tudo quanto é lugar. Na frente da galeria pacífico existe uma dupla que dança tango, assim, o dia inteiro e há muitos anos. São artistas. Essa parte aí é muito triste que acontece com o artista portenho, que é assim, óh. Buenos Aires vivia intensamente a questão da noite né? Do Show. Havia casas fantásticas, locais maravilhosos, em que havia muitos artistas e muitas oportunidades também. Mas com todas as crises políticas que se passou na Argentina, o que aconteceu de fato foi que grande quantidade desses artistas, que tinham as suas fontes de trabalho essas casas de espetáculo, sobraram. Não teve oportunidade para todos (VANDA, 15L).

Essa proximidade com os portenhos permite que Vanda alcance o contexto histórico-sociocultural que envolve as práticas artísticas das *parejas* de tango de rua. Através dessa proximidade, a entrevistada consegue compreender os sentidos performados em um Tango, apresentando-o como performance, atribuindo ao tango um valor que superar a proposta das espetacularizações embasadas em um cenário histórico de malandros e prostitutas. Vanda percebe a atratividade do Tango por esse ser uma das formas de expressão cultural do portenho na atualidade, algo que só é percebido quando se chega mais perto, exigindo um foco prolongado e aproximado, o que a proposta efêmera e panorâmica dos produtores turístico não permite alcançar e compreender.

[após adentrar nas questões sobre a crise e o desemprego na fala anterior, segue mais um pouco] Então, muita gente boa, inclusive, artistas bons, renomados, tiveram que usar de recursos dos mais incríveis possíveis. Muitas vezes, o que se vê na rua, tu chegando no por exemplo bairro La Boca, tu vai ver quantidades de parejas, que eles dizem, as duplas, dançando o tango na rua. Eles colocam um toca disco e ficam dançando ao som de um Tango para mostrar a arte deles e receber, assim, uma moeda. O mesmo se passa com os que ficam, por exemplo, na frente da Galeria Pacífico, na Rua Florida, que é a rua principal, que hoje já não é mais o que era antigamente. Mas eles ficam, essas parejas, também da mesma forma, dançando o tango e se submetendo a receber as monedas, que seriam o que é o ganha pão deles. E nós todos vendo aquilo como uma coisa enostada, como algo... diferente e tal.

[...] Por trás de toda essa história há uma história de sobrevivência, de tristezas, mas tu não vê essa tristeza. Tu vê uma artista de rua interpretando e fazendo da rua o seu palco (VANDA, 15L).

E voltando, então, à cultura da argentina na música. Claro que o Tango é a maior representação da música argentina. Na verdade, se a gente conhece um pouco da vida do portenho vai se entender muito bem o Tango. O Tango, na verdade, ele expressa a forma de ver do povo argentino. Ele é apaixonal, o argentino é apaixonal. O argentino se rasga todo. O sofrimento de afeto, especialmente, realmente é um verdadeiro sofrimento. Eles têm toda aquela paixão do povo

italiano, somado ao povo espanhol. Então o argentino é extremamente passional. E o Tango, além de toda aquela sensualidade da dança, expressa exatamente a questão do sofrimento, da dor, da paixão é claro, mas essa questão passional. Eles sentem como se fossem um Tango (VANDA, 15I).

essa cultura do Tango. É incrível, ele te contagia, ele te toca muito, tu tens vontade de voltar para sentir aquela forma, aquela dança, aquele jeito todo, que é como o que eu te disse que caracteriza o povo. Interpretar o que o povo sente através da música (VANDA, 15Q).

Mesmo que não seja central nessa pesquisa, as mediações das escolhas profissionais e familiares influenciam nas formas como os sujeitos percebem a atratividade sobre o local. Dois biólogos entrevistados, Carolina e Gustavo, demonstraram um descontentamento provocado pela preferência por lugares de paisagem natural.

Eu curti muito os cafês, achei bem legal, bem ahm... rústico, várias decorações bonitas, só que não tem esse lado natural né? De beleza natural né?

Porque tu que é da biologia tu te identifica bastante, né?

É eu estava acostumada a ir a lugares assim, para lugares mais praia climas diferentes... E eu queria tirar uma foto assim, porque eu gosto muito de tirar foto, de paisagens assim. [...] Eu não imaginei que ia ver uma praia ou um clima tropical. Eu achei que fosse mais, assim, sei lá... que ia ter uma fotos para eu tirar e prédio não me chama atenção. Não sei, se eu fizesse arquitetura, ou sei lá, outra coisa ia me chamar... Dai eu queria tirar foto e não tinha, assim, um motivo, uma coisa. Ta vamos tirar foto aqui na frente, né?... Tá, tem o obelisco né? [uma risada irônica] (CAROLINA, 7D-7O).

Por outro lado, a professora de história M. Flávia, além da admiração que tem pela trajetória de Eva Perón, mencionou a atratividade da localização geográfica da cidade por motivos históricos.

Mais especificado em Buenos Aires, a localização de Buenos Aires é uma coisa fantástica, porque a história dele sé muito rica, né? Essa localização foi estratégica para economia deles, a riqueza toda na II Guerra Mundial. Ta certo que eles receberam nazista e muito dinheiro da Alemanha pós Guerra vir para cá, e isso ajudou no desenvolvimento deles. A história da Evita é uma coisa fascinante. Eles têm um lado nebuloso, claro, toda a ditadura militar, mas eu acho que isso não tira o fascínio que a Argentina e Buenos Aires exerce sobre as pessoas (M. FLÁVIA, 14J).

Maria C, filha de M. Flávia, expressava constantemente seu fascínio pela história de Eva Perón e seu desejo por conhecer os lugares relacionados – o Cemitério da *Recoleta*, onde está o túmulo de Evita, e o museu em sua memória. Eu havia a entrevistado primeiro e percebi a manifestação dessa admiração, mas apenas posteriormente, por meio da fala de sua mãe, que pude compreender que se tratava de uma questão familiar. O mesmo ocorre com Vera, a qual inicia sua percepção da cidade mencionando os prédios, o ar europeu, a história. Em seguida, adentra nas descrições da arquitetura, evidenciando sua capacidade de representar diferentes

tempos históricos passíveis de serem memorados, enfatizando sua admiração pelas cidades que preservavam o patrimônio e, em meio ao relato de uma viagem a outros países, menciona o gosto de seu marido, já falecido, pela história e pela arquitetura.

Penso que esses arranjos indicam a complexidade do sujeito e sua identidade multifacetada; um sujeito que é singular por esses arranjos simbólicos, ao passo que é social, visto o compartilhamento simbólico com determinados grupos. Dessa forma, a percepção sobre a atratividade está alicerçada sobre um âmbito simbólico formulado na base sociocultural comumente partilhada, mas ao mesmo tempo particular diante da complexidade do sujeito. Daí advém as insuficiências dos produtos de massa e sua lógica de produção cartesiana ancorada nos princípios de segmentação do mercado.

Por fim, as teorias da antropologia da experiência enfatizam a existência de *gaps* da linguagem, os quais seriam as insuficiências do código lingüístico para performar os sentidos produzidos através da experiência, ou seja, espaços simbólicos que não poderiam ser postos em circulação através da linguagem. Essa questão fica evidente nas tentativas de descrição, quando a busca por categorizações é interrompida por um sentimento de que aquela não seria a palavra apropriada, ou mesmo de que não haveria palavra para uma interpretação adequada que permitisse o compartilhamento do sentido. Restando, então, a seguinte expressão para significar a atratividade dessa grande cidade da América do Sul (M. Flávia): são os ares de Buenos Aires.

Mas o que me faria voltar lá? Eu acho que é *o clima, não é o clima de tempo*, porque a gente pegou frio e tal. Mas eu acho que é os *ares de Buenos Aires. É lindo! Tu anda na rua e tudo é lindo*. Tu tem vontade de *andar na rua e olhar pros lados e olhar para cima, para os prédios*. Sabe? É gostoso assim, de andar na rua, de *olhar tudo*, de curtir assim... eu acho que eu ia gostar de levar alguém que nunca tivesse ido entendeu? Talvez se fosse eu e alguém que já tivesse ido também a gente não ia querer conhecer a *Plaza de Mayo*. A gente já conhece. É legal de levar alguém que nunca foi e fazer tudo de novo. Tudo que fiz fazer com a pessoa para ver a pessoa se *encantando, olhando tudo e curtindo bastante*. Acho que é isso. O que atrai lá é... não dá para dizer assim: ah é as pessoas, porque as pessoas lá não são assim as mais simpáticas do mundo, mas também não são antipáticas. O preço das compras nesse momento não foi o que nos atraiu. *Acho que é gostoso mesmo*. A comida, a comida boa... *aquele clima gostoso assim...* Quem sabe eu podia voltar lá no final da libertadores. Grêmio e Boca, já que eu gosto de futebol (MARIA C, 13V).

Mesmo diante dessa sentença, o sentido dessa expressão é partilhado somente por aqueles que vivenciaram e sentiram a cidade, pois os que não se enquadram não compreendem a profundidade de seu sentido. Minha passagem pela disciplina de *Antropologia Visual e da Imagem*, oferecida pelo Programa de Pós-graduação em

Antropologia Social da UFRGS e ministrada pela professoras Cornélia Eckert e Ana Luiza Carvalho da Rocha, permitiu que eu compreendesse que há outros meios de produção e comunicação do conhecimento. São dimensões da vida sobre as quais as percepções e sentidos não podem ser construídos e transmitidos magnificamente através do código lingüístico. Agora, pensando juntamente com a pontuação sobre os *gaps* dentro do campo da antropologia da experiência e dos sentidos postos em circulação através da performance, compreendo que: se por um lado as Representações Sociais de atrativo turístico englobam uma produção técnica da experiência e do termo *atractivo turístico*, cujos sentidos centrais são passíveis de descrição categóricas do código lingüístico; por outro lado, os sentidos que constituem a concepção de atratividade também podem ser apresentados através da fala, com certa astúcia do sujeito produtor da interpretação falada, mas esse conceito aqui emergente diz respeito a sentidos que necessitam uma transgressão da palavra crua, que dependem de outras formas de expressão para circularem – visual, poética, literária, sonora, performática.

A atratividade diz respeito a instâncias da vida que são representadas com propriedade no campo visual – que seriam os sentidos postos em movimento através da performance das práticas, dos corpos e dos trajes, da disposição complexa dos elementos nas dimensões espaciais e suas relações. Isto porque a concepção de atratividade implica em uma percepção da complexidade do espaço que se constrói sobre as formas sensíveis da vida, os sentidos captados no silêncio de um olhar, por exemplo, no silêncio de um corpo em performance, na respiração volátil do som de um bandoneón⁸² que dá sentido portenho a um tango. Nesse movimento de corpos, materialidades, sons, dimensões e ambiências, a cidade significa.

São sentidos descobertos pelo viajante em uma experiência do *flâneur*, na qual as atratividades da cidade são encontradas na medida em que a própria cidade revela-se por meio de sentidos que circulam por suas ruas, lugares e movimentos. Sentidos na e da cidade que o código lingüístico não abarca, menos ainda a experiência turística programada e a concepção de atrativo turístico, o qual tende a inserir a cidade em recortes estruturantes, orientados pelo universo semântico das Representações Sociais desveladas, que apagam os sentidos que circulam que são produzidos na complexidade de Buenos Aires, simbolizando na e sobre a cidade.

⁸² Uma espécie de acordeom, porém com um arranjo musical próprio. Inventado na Alemanha e incorporado ao Tango.

3.3 A Construção Visual de um Conceito

O aporte das imagens vem sendo utilizado com diferentes propósitos dentro da produção do conhecimento antropológico. Tendo em vista seu potencial de registro, para além da comprovação da realização da experiência antropológica do estar lá, imagens podem ser produzidas com a finalidade de registrar dados empíricos para análises posteriores ao trabalho de campo, podendo vir a ilustrar a representação etnográfica sobre o Outro quando construída tradicionalmente por meio da escrita. Ainda, a utilização de fotografias em campo pode ser uma ferramenta de produção partilhada do conhecimento etnográfico na medida em que os sujeitos pesquisados passam a refletir com o antropólogo sobre os sentidos daquelas imagens – o que foi chamado de modo reflexivo, indo além do caráter documentário ou de registro (BITTENCOURT, 1998). O aspecto documental das imagens acerca da cultura material pode ser explorado visando ao aprofundamento da compreensão do contexto histórico-sociocultural de uma dada sociedade através da análise do conteúdo dessas imagens – nesse âmbito, também utilizadas como fonte na história cultural (BITTENCOURT, 1998; PAIVA, 2004). Ainda, considerando que a produção de imagens é orientada por mediações culturais específicas, as quais implicam em determinadas formas de ver e interpretar o real, as imagens produzidas por um grupo documentam, não apenas as formas sensíveis presentes em seu cotidiano, mas o seu peculiar olhar sobre o mundo. Desse modo, a análise dessas expressões imagéticas permite o desvelamento do universo cultural que as atravessa e que através delas é negociado, tornando-as inteligíveis – empreendimento analítico caracterizado por uma antropologia da imagem, o que vem a indicar algumas diferenciações em relação à Antropologia Visual.

Da forma como compreendemos, a antropologia visual não é uma “disciplina independente”, nem mesmo de uma subárea, como a antropologia política ou uma antropologia do cinema. Trata-se, sim, da mesma e “velha” antropologia de sempre, mas apresentada sobre este outro continente que é a comunicação audiovisual. Não é uma antropologia da imagem, mas uma antropologia em imagens (ECKERT; GODOLPHIM; RODOLPHO; ROSA, 1995, p. 244).

A Antropologia Visual provoca uma ruptura com a perspectiva de utilização da imagem até aqui apresentada, na qual as imagens são apropriadas como ilustração, objeto de análise ou enquanto registros dos dados empíricos coletados em campo a serem interpretados pelo pesquisador na construção de uma representação etnográfica ancorada na escrita. Verdade que as reflexões metodológicas e técnicas suscitadas pela Antropologia Visual vêm

contribuindo para o aprimoramento da utilização da imagem em campo (ECKERT; GODOLPHIM; RODOLPHO; ROSA, 1995). Todavia, a Antropologia Visual transcende essas questões ao explorar o potencial narrativo das imagens, trazendo perturbações epistemológicas e não se limitando a reflexões acerca do caráter documental (de registro) ou das demais inserções da imagem em campo orientadas por determinadas metodologias de interação.

Inicialmente poderíamos distinguir três objetivos gerais que justificariam o emprego de técnicas audiovisuais na pesquisa antropológica. Num primeiro momento ela aparece como uma forma de captação de dados, no segundo como uma meio que possibilita a comunicação-interação sujeito-objeto, e por fim como um instrumento de divulgação ao nível didático-acadêmico e/ou social (ECKERT; GODOLPHIM; RODOLPHO; ROSA, 1995, p. 244).

There is, on the one hand, the visual anthropology that studies visible cultural forms. On the other is the visual anthropology that uses the visual media to describe and analyze culture. [...] The two will sometimes overlap – the study of visible systems sometimes demands visual communication – but the first form is essentially an extension of traditional anthropological concerns into new subject areas. The second proposes a much more radical break with anthropological modes of discourse (MACDOUGALL, 2006, p. 217)⁸³.

Quando o potencial narrativo das imagens é apropriado para a construção e divulgação do conhecimento antropológico, a imagem passa a ser constitutiva da representação etnográfica. Portanto, diante da evidente possibilidade de suportes narrativos⁸⁴ alternativos, a Antropologia Visual traz inquietações epistemológicas à sua disciplina como um todo. Reiterando, propor novas bases narrativas culmina na ampliação do leque das formas expressivas sobre as quais a produção do conhecimento antropológico pode ser alicerçada, subvertendo a legitimidade científica hegemônica da escrita. Essas inquietações permeiam os campos epistemológico, metodológico e técnico.

The case of visual anthropology is especially interesting. The particular nature of the synthesis pursued resulted in the exposure of issues about epistemology (science), method (observation) and form (writing) which were central, if largely unacknowledged, to modern anthropology itself (GRIMSHAW, 2003, p. 86)⁸⁵.

⁸³ Há, por um lado, a antropologia visual que estuda formas culturais visíveis. Por outro lado, há a antropologia visual que usa o aporte da mídia visual para descrever e analisar as culturas. [...] as duas, em algum momento, vão se sobrepor – o estudo de sistemas visuais, por vezes, demanda comunicação visual – mas a primeira forma é essencialmente uma extensão dos problemas da antropologia tradicional em novas áreas. A segundo propõe uma ruptura mais radical nos moldes do discurso antropológico [tradução].

⁸⁴ A imagem de modo amplo e o som, assim como suas diferentes articulações – o audiovisual e o hipertexto, por exemplo.

⁸⁵ O caso da antropologia visual é especialmente interessante. A particularidade da síntese procurada resultou na exposição de questões sobre epistemologia (ciência), método (observação) e forma (escrita) que eram centrais, senão desconhecidas em grande parte, para a própria antropologia moderna [tradução].

No campo da epistemologia, a Antropologia Visual problematiza questões acerca da cientificidade do conhecimento antropológico, no que tange a sua objetividade e subjetividade, e ao repensar diferentes formas de conhecer acaba por trazer a tona instâncias que, até então, não eram passíveis de problematização adequada dentro dos limites da narrativa escrita. Isto porque “a linguagem escrita e a linguagem visual são linguagens diferentes que fornecem informações diferentes e que exigem do leitor operações mentais também diferentes” (ACHUTTI, 2000). Nesse sentido, MacDougall afirma que a Antropologia Visual “may offer different ways of understanding, but also different thing to understand” (2006, p. 220)⁸⁶. Logo, a Antropologia Visual representa uma ruptura com a narrativa escrita – distanciamento que não implica na supressão do texto escrito – e mais: (re)posiciona o foco investigativo sobre outros aspectos da vida social. Por conseguinte, exigindo um corpo teórico próprio para o tratamento desse universo simbólico expresso nas formas sensíveis da vida, agora postas em análise, sendo necessário ir além da simples adequação dos conceitos pré-existentes da antropologia tradicional.

o mais possível é que antropologia visual progressivamente se volte para o estudo de aspectos da realidade social, incluindo os tópicos previamente ignorados. Fora o fato de que alguns fenômenos sociais são mais bem estudados por meio do audiovisual (por exemplo, como determinadas poses detêm emoções), os mesmo dificilmente podem ser abordados de alguma outra forma. Assim, a antropologia visual está emergindo como um *tipo* diferente de antropologia e não como substituta da antropologia escrita (MACDOUGALL, 2005, p. 24).

Apenas para complementar o pensamento de MacDougall, diz o pesquisador em outro espaço de reflexão: “visual anthropology can never be either a copy of written anthropology or a substitute for it. For that very reason it must develop alternative objectives and methodologies that will benefit anthropology as a whole” (MACDOUGALL, 2006, p. 225)⁸⁷.

No que tange ao conteúdo e ao objeto de estudo, essa antropologia através das imagens privilegia o enfoque das formas sensíveis da vida, os detalhes simbólicos que transcendem a capacidade representacional da escrita como, por exemplo, as expressões, os gestos, os sentimentos que esses expressam, as relações dos corpos e dos objetos no espaço, as peculiaridades dos trajes e o que o seu conjunto simboliza. O que remete a uma outra postura de investigação: “além do modo próprio por meio do qual o meio visual se dirige ao

⁸⁶ Pode oferecer diferentes formas de compreensão, mas igualmente diferente questões a serem compreendidas [tradução].

⁸⁷ A Antropologia visual jamais deve ser vista como uma cópia da antropologia escrita visual, menos como substituta dessa última. Por esse motivo, deve-se desenvolver objetos e metodologias alternativas que venham a beneficiar a antropologia como um todo [tradução].

seu público, nosso trabalho se concentraria na inter-relação dos objetos, pessoas, tempo e lugar em vez de abstrações sociais mais amplas” (MACDOUGALL, 2005, p. 26).

Diante dessa conjuntura, Mirian Moreira Leite chama atenção dos novos pesquisadores para “as utilizações mais condizentes ao seu objeto de pesquisa e aos múltiplos desdobramentos que o texto verbal, o texto visual e a intertextualidade conseguem admitir” (LEITE, 1999, p. 114). Para chegar a tal conclusão, Mirian Moreira Leite demonstra que o tempo e o processo de conhecimento que a leitura envolve não podem ser adequadamente expressos em representações alicerçadas na imagem figurativa. Em contrapartida, as imagens podem bem representar as dimensões espaciais por privilegiar as formas sensíveis, as quais são adversas às formas já definidas em termos verbais e à possibilidade de abstração conceitual verbal.

As diferentes ferramentas expressivas subsidiárias do processo de construção de representações etnográficas trazem para o debate uma questão metodológica referente aos limites que as distintas opções narrativas apresentam ao serem postas em relação ao objeto de estudo que devem abarcar. Narrar através da escrita deixa de ser a única via de exposição e desenvolvimento do conhecimento antropológico, no sentido de que a escolha da forma narrativa passa a estar associada às características do objeto de estudo (ou o sentido inverso). Escolha que deve ser justificada de acordo com a capacidade do suporte narrativo para representar as dimensões interpretativas da realidade problematizada.

David MacDougall (1998), mesmo apresentando claramente uma preferência pelas imagens, demarca algumas especificidades distintivas entre o texto e a imagem. Segundo o autor, tanto a escrita quanto a imagem trazem as marcas das suas condições de produção, remetendo, assim, às mediações que as conformaram. Também, ambas podem abarcar o geral e o particular, todavia, de diferentes formas. Na escrita as exotocidades são isoladas por serem identificadas enquanto dados significativos, porém destituídas do contexto familiar em que estão inseridas na medida em que as familiaridades são postas em um segundo plano de importância.

Ainda, na interpretação escrita, os detalhes das instâncias narradas não são abarcados na sua totalidade, visto que a estas são aplicados formatos mais facilmente assimilados. Isto ocorre porque a descrição através da escrita científica está presa ao código lingüístico, apresentando dificuldades de tratar o que vai além do verbal. Portanto, há uma tendência na escrita pela categorização, que em certa medida generaliza os detalhes e, na ausência de uma descrição que trate as peculiaridades desses detalhes e as suas continuidades, o visível e o físico acabam obscurecidos. Por outro lado, através das imagens não é possível desenvolver

categorizações, como *O Gaúcho*, por exemplo, a não ser que um texto explicativo acompanhe a imagem ou anteceda a narrativa.

Nessa tensão entre escrita e imagem, se pelo viés da escrita é possível trazer a categoria de pessoa ou grupo, pelo prisma da imagem o fenômeno humano é apresentado. De modo geral, as imagens apresentam as continuidades físicas do mundo, uma vez que não há a discriminação dos detalhes. Por conseguinte, as imagens sempre trazem o geral em que o particular insere-se, assim como as suas continuidades. Desse ponto de vista, nas imagens as exotocidades apresentam-se envolvidas pelas familiaridades, congruência que a escrita não tem comportado. Na expressão visual as relações entre os sujeitos e sua inserção na dimensão espacial são apresentadas com mais eficácia se comparado ao texto escrito. Contudo, as imagens permitem visualizar que há algo em jogo nessas relações, mas não são suficientes para tornar compreensível as regras daquilo que é negociado. Porém isso não significa que não possam trazer conceitos, pois através das imagens são expressas as dimensões da vida que não conseguimos verbalizar de modo apropriado, mas que simbolizam como se fossem um não-dito na performance que colocam as expressões em movimentos (pensando a partir das teorias da Antropologia da Experiência). Diante dessas questões, MacDougall (2005) chama atenção para o fato de a antropologia visual tratar de elementos situados no campo da antropologia performativa. Sobre isso diz o autor:

deve-se enfatizar que a antropologia visual é, em grande parte, uma antropologia performativa. É difícil concebê-la, tal qual a antropologia escrita faz, uma “tradução” da cultura que resultará em uma série de afirmações prepositivas. Refere-se, ao contrário, à apresentação dos objetos e à reconstrução das experiências no mundo (MACDOUGALL, 2005, p. 28).

Pontuando essas evidências e privilegiando a narrativa imagética, MacDougall identifica que a imagem

stresses social agency and more widely recognizable patterns of social interaction. I refer here to expression of pleasure or displeasure, the way in which people move and inhabit their environment, their uses of space, common skills in making things (MACDOUGALL, 1998, p. 256)⁸⁸.

Visual representation easily expresses external, behavioral features of emotion and visual clues to identity, that written descriptions express only with some difficulty. Thus, images of people on a street may reveal continuities across

⁸⁸ Enfatiza a dimensão social e os padrões de interação social mais largamente reconhecíveis. Me refiro aqui à expressão de prazer ou desprazer, à forma como as pessoas se movimentam e habitam seu entorno, seus usos do espaço, habilidades comuns em fazer coisas [tradução].

subcultural boundaries (of dress, gesture, association) that are missed or masked in written accounts (MACDOUGALL, 1998, p. 257)⁸⁹.

MacDougall (1998), ao estabelecer essa discussão demarca as potencialidades e os limites do aporte da escrita científica e da imagem figurativa na construção da representação etnográfica, demonstrando essencialmente os conteúdos que cada forma narrativa privilegia. De acordo com MacDougall (2005), já haveria quatro áreas em que a atuação da antropologia visual seria pertinente: o topográfico (o lugar e o espaço e as culturas que neles são negociadas), o temporal (aspectos mais amplos ligados a temas históricos), o corporal (performances da vida cotidiana) e o pessoal (cultura e personalidade, por exemplo, papéis sociais e hierarquias).

Retomando os pensamentos de Mirian Moreira Leite (1999), a aplicação do texto visual sobre a urbanização satisfaz a abordagem das suas dimensões espaciais. Complementando com os argumentos de MacDougall (2005) articulados à visão de Michel de Certeau (1994), penso que também alcança a dimensão do lugar praticado e das negociações simbólicas que se desenrolam no espaço e no tempo das relações sociais. Considerando que o propósito já enunciado dessa discussão reside em uma reflexão acerca da possibilidade de expressão do conceito de *Atratividade do Espaço Urbano* por meio de uma narrativa imagética, a primeira evidência argumentativa para a adequação da construção desse conceito através de imagens acaba de ser apresentada: o espaço é um objeto de estudo apropriado à interpretações situada dentro do campo da Antropologia Visual (ou vice-versa), tanto no que tange às suas formas espaciais (fixos) quanto ao movimento que habita e reproduz suas formas (fluxos).

O conceito de atratividade está alicerçado na generalidade da condição do espaço urbano complexo e no universo empírico da cidade de Buenos Aires. Se a imagem traz mais a condição humana do que a possibilidade de categorização do sujeito (MacDougall, 1998), a imagem pode trazer a condição do espaço urbano mais do que uma leitura categórica das especificidades culturais do local. Se a imagem traz a unicidade do sujeito na sua condição humana, mais do que a sua generalização através da categorização (MacDougall, 1998), a imagem pode trazer o conceito de atratividade do espaço urbano na unicidade empírica de Buenos Aires. O importante no conceito de atratividade não é descrever o universo simbólico

⁸⁹ A representação visual facilmente expressa a exterioridade comportamental, características emocionais e instâncias visuais a serem identificadas, que descrições escritas expressam somente com alguma dificuldade. Então, imagens de pessoas na rua pode revelar continuidades através dos limites culturais (vestimenta, gestos, associação) que são perdidas ou mascaradas nos limites da escrita [tradução]

negociado, mas sim evidenciar que há no movimento que a imagem denuncia sentidos performados⁹⁰ nas práticas realizadas nas dimensões do espaço urbano.

Assim, ao mesmo tempo em que o conceito de atratividade do espaço urbano traz o geral e o abstrato da condição urbana, ela materializa-se nas formas empíricas do local (formas materiais / formas de praticar o espaço – o físico e a disposição dos corpos no movimento / as relações e os sentidos performados através das práticas – a experiência urbana de Buenos Aires). Portanto, o conceito de atratividade do espaço urbano tem no seu cerne uma dimensão visual geral presente nos elementos que compõe os aspectos físicos do espaço (a materialidade dos fixos envolvida pelas disposições corporais do movimento efêmero que cruza o espaço) e igualmente carrega uma dimensão específica que adentra a cidade nas performances dos sujeitos e nos lugares praticados (as múltiplas formas de habitar a cidade), elementos que compõem *os ares de Buenos Aires*.

A mediação que envolve a produção de imagens é constituída por toda discussão teórica até aqui realizada, a qual orienta as formas de recortar a realidade e que, no seu compartilhamento, facilitará a compreensão das imagens – “se fotografar é dar a ver, fotografar é também, a priori, uma forma de pensar e olhar o real” (ACHUTTI, p. 99). É nesse sentido que a imagem pode trazer altos níveis de abstração teórica, porém transcendendo a sua representação escrita na medida em que articula o campo teórico com as formas sensíveis da vida.

O que parece interessante para a antropologia é a utilização da fotografia para trabalhar além das aparências, pois, no que diz respeito à pesquisa, o que mais conta não é o simples registro de fatos, mas o que está fora do campo da visão, a construção do sentido graças à imagem; isso para tornar-se um meio de restituição, uma outra forma de narrar nosso olhar sobre o Outro. É o que caracteriza a fotoetnografia, a fotografia como escritura por inteiro, quando se pára de recorrer às palavras para se deixar levar em uma viagem visual reveladora. Abrigando o inefável que igualmente encerra conhecimento e sentido (ACHUTTI, 2004, p. 87).

Portanto, a atratividade do espaço urbano será construída em uma narrativa visual sobre o caso de Buenos Aires. Essa experiência prática não pode ser desprovida de uma reflexão. Tendo em vista que a fotografia foi escolhida como meio narrativo, para realizar essa produção Achutti (2004) chama atenção para a elaboração de um planejamento prévio (um método) e para a necessidade do domínio técnico do equipamento de modo que as imagens possam vir a constituir nas suas inter-relações uma narrativa.

⁹⁰ Pensando a partir das teorias da Antropologia da Experiência e do conceito de prática discursiva enquanto toda prática atribuída de sentido, muitas vezes um não-dito, seja porque não é sabido ou porque há um *gap* (expressão de Bruner para evidenciar a insuficiência do código linguístico) entre o sentido e a linguagem.

Sobre o domínio da técnica, Achutti centra-se no enquadramento (escolha dos planos presentes no recorte), assim como na abertura do diafragma e as diferentes profundidades de campo produzidas. Questões que remetem ao enfoque dado ao objeto central da imagem, fazendo refletir sobre em que medida esse objeto focado dialoga com os demais planos, logo, intervindo na escolha da profundidade de campo a ser produzida através do domínio das diferentes aberturas do diafragma e na dimensão do enquadramento aplicado pelo fotógrafo. Ainda, no que tange o âmbito do enquadramento e a profundidade de campo, o tipo de objetiva também representa um recurso técnico, visto que uma grande-angular propicia uma abrangência maior do campo, ao passo que uma teleobjetiva fecha o enquadramento.

Além das escolhas e dos domínios técnicos o pesquisador deve saber olhar. Somente a prática permite conjugar esses dois domínios. Através da prática a operação técnica gradativamente demandará menos tempo de reflexão, visto que o fotógrafo-pesquisador passa a se familiarizar com as operações práticas podendo fixar suas preocupações na constituição da imagem, a qual não deixa de estar intrinsecamente ligada ao domínio técnico. O que ocorre é uma “naturalização” técnica que transforma o equipamento em uma extensão do olhar – “o fotógrafo se distancia da técnica para que seu olhar possa mergulhar no universo que constitui o objeto de suas pesquisas. De fato, a falta de prática ou um certo fetichismo por seu instrumento de trabalho poderia leva-lo a realizar uma obra superficial” (ACHUTTI, 2004, p. 113). Já esmiuçadas as questões técnicas, sobre o planejamento Achutti diz:

Se desde o princípio do trabalho de campo o pesquisador-fotógrafo não tiver em mente a paginação final (ou montagem de exposição fotográfica, conforme o caso), o resultado de seu trabalho sofrerá dessa falta de planejamento, pois uma narrativa visual que pretenda utilizar a fotografia deve ser fruto de um longo processo de construção, a construção de uma descrição visual. As fotografias no final devem formar um todo (2004, p. 108).

De acordo com Achutti (2004), o pesquisador deve inicialmente ir a campo para observar, entrar em contato com as pessoas e impregnar-se daquele universo. Assim, o bloco de notas não deve ser abandonado, mesmo quando a produção de imagens iniciar. Depois do mapeamento do campo de estudo, o pesquisador pode criar um roteiro para orientar o início da produção das imagens. Ainda, o fotógrafo-pesquisador deve revelar as imagens durante o processo de produção para que possa voltar diversas vezes ao campo em busca de outras imagens complementares ou substitutas.

Seguindo um processo de seleção permanente, o fotógrafo deverá, portanto, proceder à organização dos dados e das fotos de forma a constituir um

todo. A medida que sua pesquisa avança, ele vai substituir algumas delas, trocar outras de lugar, acrescentar novas, tendo como objetivo final a coerência de um conjunto de imagens. As fotos que não foram bem-sucedidas poderão ser substituídas (ACHUTTI, 2004, p. 117).

Todo este processo será orientado pela técnica da *Etnografia de Rua*, proposta por Cornelia Eckert e Ana Luiza Carvalho da Rocha, a qual “consiste na exploração dos espaços urbanos a serem investigados através de caminhadas «sem destino fixo» nos seus territórios” (2001, p. 6). Trata-se de uma técnica de imersão na vida cotidiana que se desenrola no espaço pesquisado, desafiando o antropólogo a vivenciar a cidade através das múltiplas dimensões que a complexificam: espacialidades, temporalidades, ambiências, caminhos, ruídos, cheiros, cores, direções, movimentos e paisagens. Assim, os deslocamentos freqüentes pelo espaço demarcado, juntamente com a observação sistemática, possibilita a inserção do pesquisador na dinâmica da vida cotidiana, permitindo que esse identifique e descreva, a partir dos fragmentos coletados durante esse processo, os cenários, os personagens constantes, a rotina e os imprevistos, as tensões e conflitos, buscando, então, suas significações (ECKERT; ROCHA, 2001).

Assim, o ato simples de andar torna-se estratégia para igualmente interagir com a população com as quais cruzamos nas ruas. *Habitúés*, freqüentadores, ou simples passantes, todos eles convidam ao etnógrafo a perfilar personagens, descrever ações e estilos da vida a partir de suas performances cotidianas (ECKERT; ROCHA, 2001, p. 7).

Essa técnica de pesquisa vem a privilegiar a constituição do conceito de atratividade do espaço urbano devido ao fato de o pesquisador colocar-se na experiência urbana de forma similar à experiência do turista em contextos urbanos: através de caminhadas sem compromissos, o *flâneur*. Evidentemente, a reflexão empregada pelo antropólogo diverge do olhar do turista e a temporalidade da experiência turística é reduzida em relação à experiência antropológica, além de ser, por vezes, controlada pelos roteiros turísticos. Contudo, a atratividade revela-se nesse andar pela cidade, diversas vezes mencionada pelos entrevistados como algo agradável; levando à caracterização da cidade: “Buenos Aires é uma cidade boa para caminhar, é plana”.

Durante essas caminhadas, interações, observações, o antropólogo deve ser capaz de identificar as instâncias significativas para realizar uma interpretação da vida social do espaço (no seu sentido complexo) que se propôs a analisar. Considerando que em uma rua apenas, por exemplo, é possível encontrar diversos fragmentos merecedores do olhar mais atento do pesquisador, algumas escolhas devem ser realizadas, conforme relata Patrícia Rodolpho

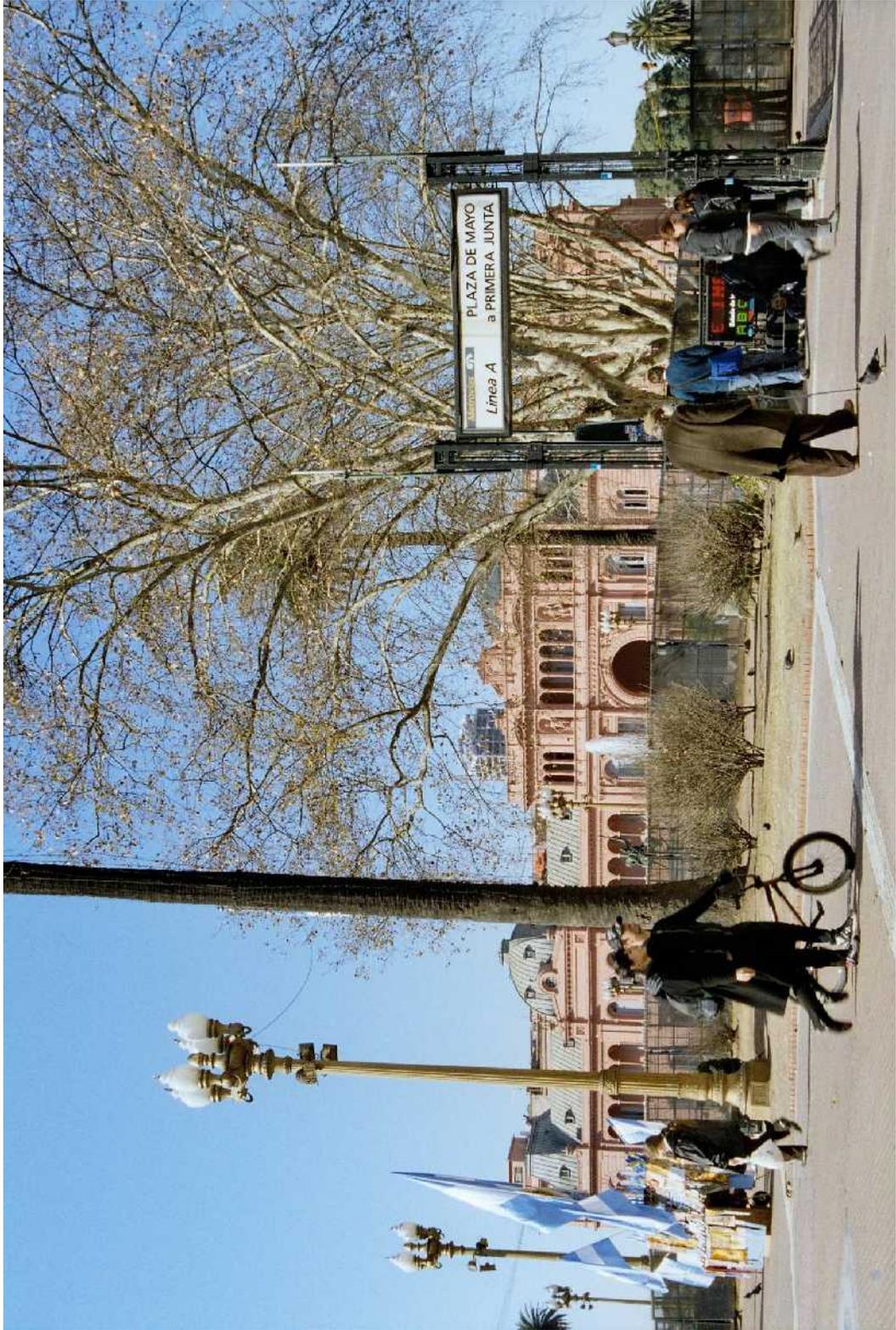
(2001) ao se deparar com a multiplicidade de elementos culturais significativos presentes da Rua da Praia, oficialmente chamada de Rua dos Andradas, em Porto Alegre.

a realização da Etnografia de Rua, que neste caso contempla o espaço da Rua da Praia, mais especificamente de três de suas quadras. Inicialmente, mapeia-se a rua na sua totalidade, mas a atividade etnográfica mostrou que cada quadra ou cruzamento de rua oferece uma infinidade de elementos e circunstâncias passíveis de serem exploradas pelo pesquisador (RODOLPHO, 2001, p. 3).

Em minha prática, procurei percorrer, na primeira semana, toda a área central representada como turística nos mapas analisados com a finalidade de demarcar os locais aos quais me deteria. Sempre ia a pé e voltava com algum meio de transporte, ou vice-versa. Determinei alguns espaços-chave, dentre eles a *Plaza de Mayo*, os bosques de Palermo, a *Calle Florida* e o bairro de *San Telmo*, onde residi por quase quatro meses. Diante de tais locais e de algumas imagens, comecei a refletir sobre a construção e estruturação da narrativa imagética, pois deveria pensar na composição e, caso fosse necessário, deveria retornar aos locais para coletar imagens para a composição final. Em um primeiro momento o fio condutor passou a ser o percurso que interligava os espaços estudados. Todavia, no decorrer da experiência antropológica, descobri que as instâncias significativas reincidiam em diferentes momentos e lugares. Dessa forma, busquei compor uma narrativa que problematizasse não apenas os espaços, mas na qual fossem postas em evidência as instâncias significativas que circulam pela cidade através do movimento urbano, estando presente em diversos lugares, tempos e camadas sociais. Uma narrativa que falasse do movimento da atratividade de Buenos Aires.

3.3.1 A Atratividade do Espaço Urbano: Buenos Aires

Se há algo que me encanta da arte de andar só pelas cidades as quais visito é esse meu olhar de quem olha pela primeira vez, mesmo já tendo visto. É essa minha capacidade de me deslumbrar e perceber o viver como uma descoberta diária. [...] tudo vira brincadeira: acertar as direções e baldeações do metrô; chegar ao lugar de destino escolhido no mapa pela manhã; ter a recompensa de uma boa comida no final do dia [...] ouvir o sotaque diferente ou a língua do país vizinho; ver as modificações que as cidades sofrem com o tempo; deliciar-me com as peculiaridades; esbaldar-me pelas ruas, pelas vielas, pelas direções que tomo, muitas vezes sem saber nem bem como fui parar ali (CAROLINE, 8P).

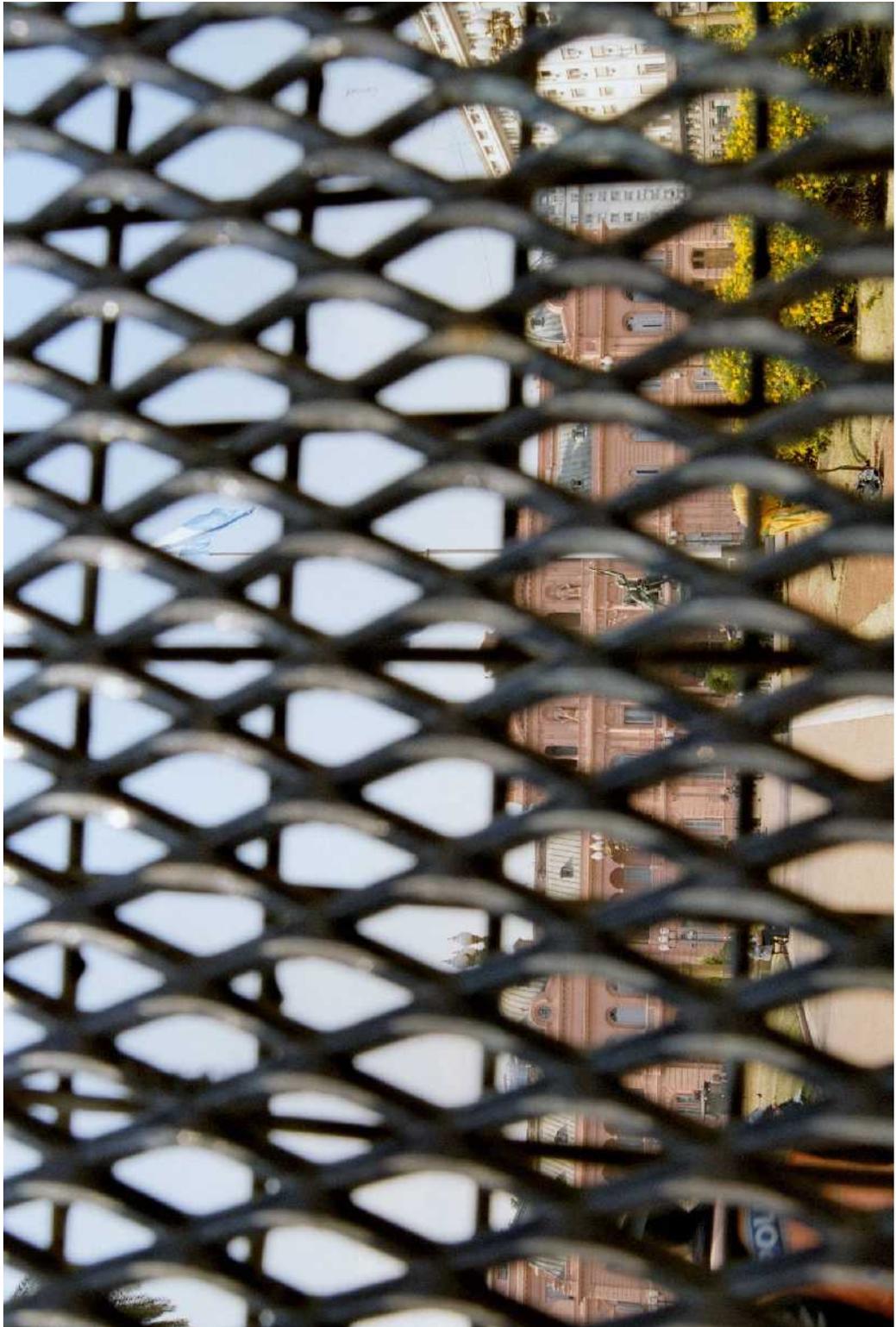




















































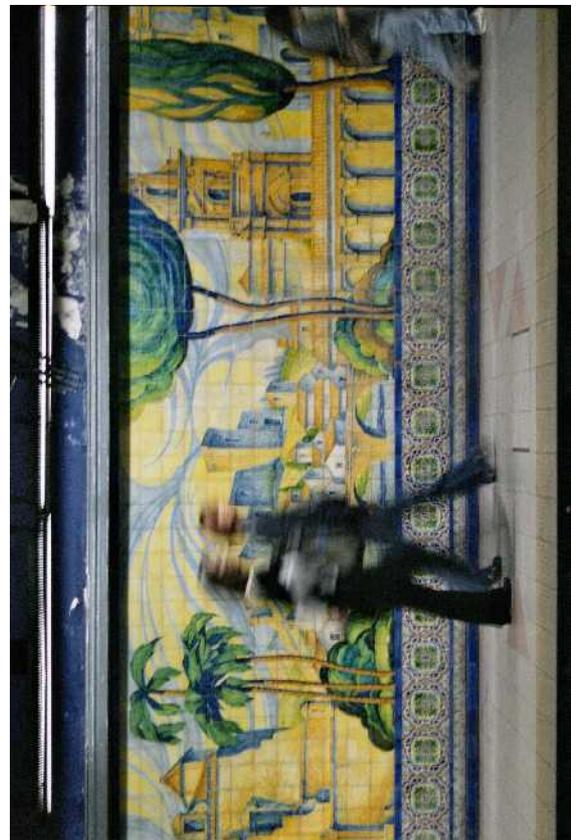
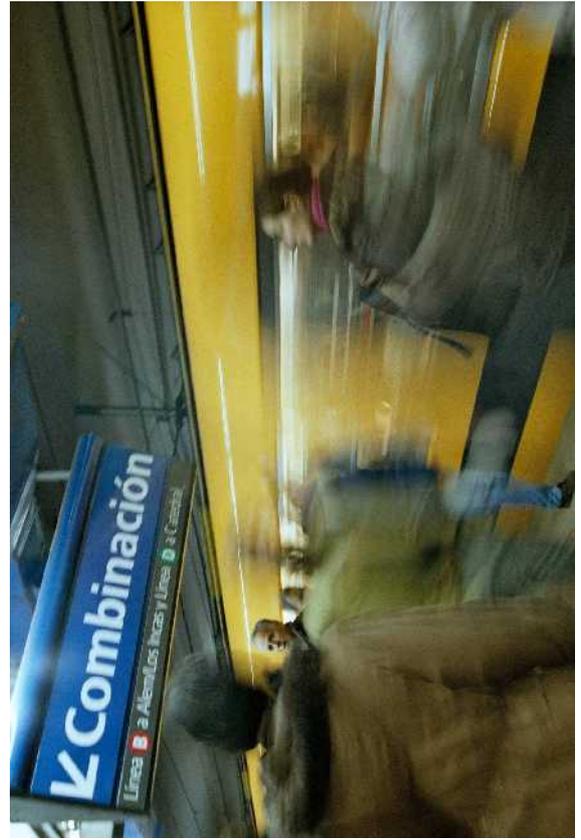






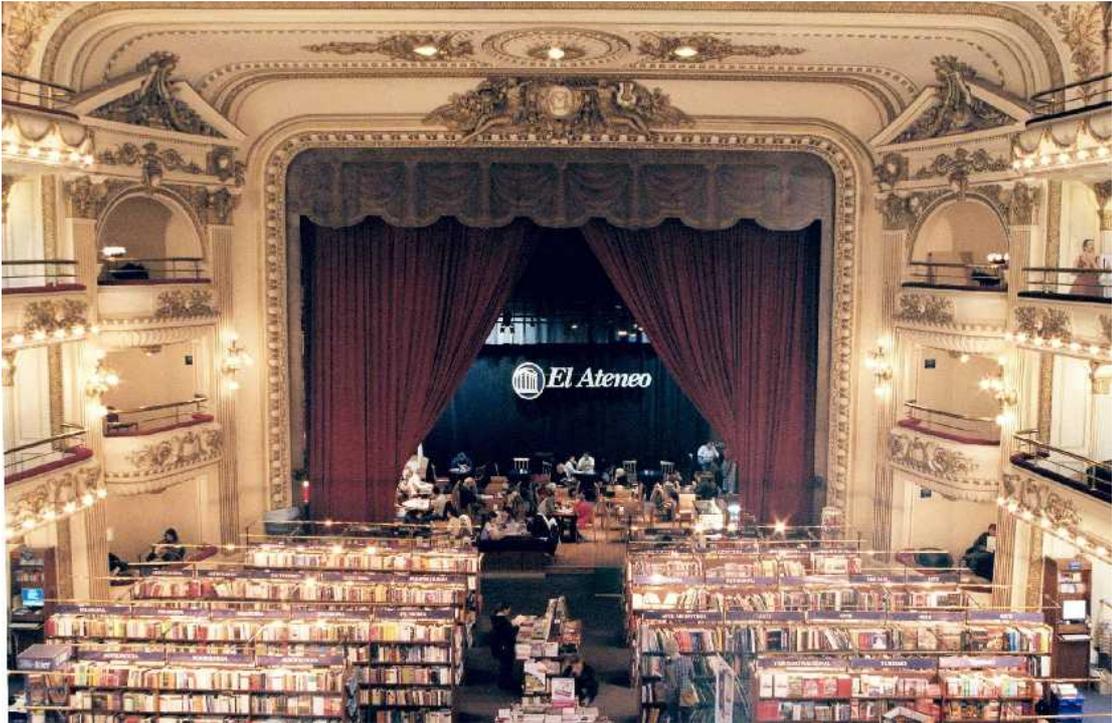






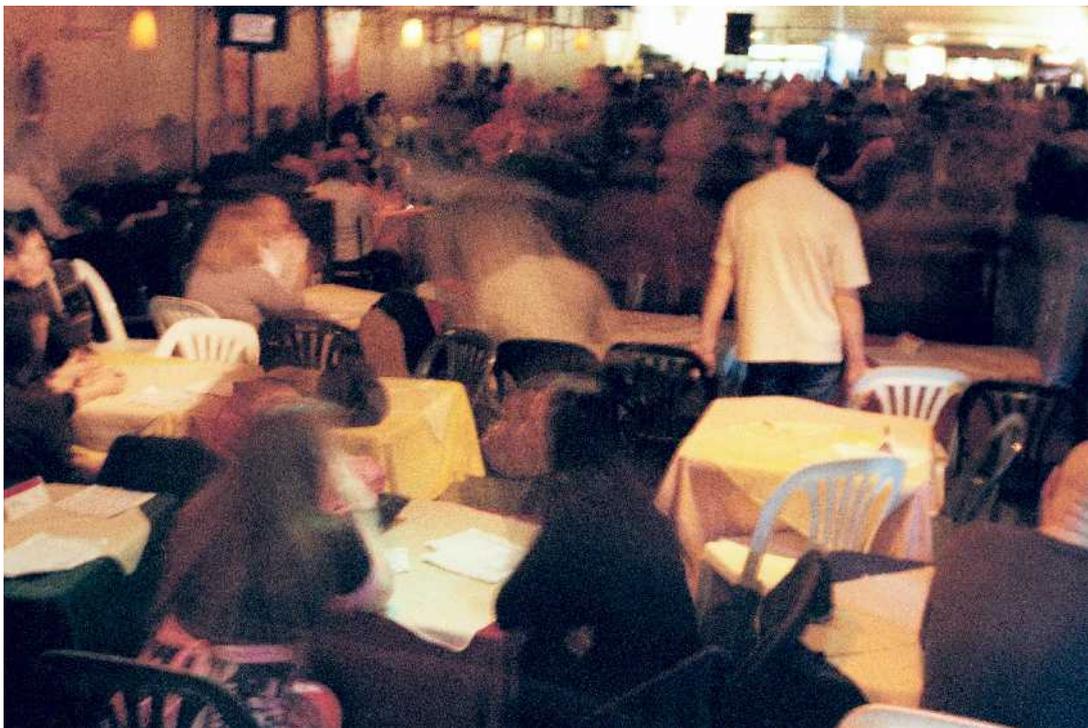






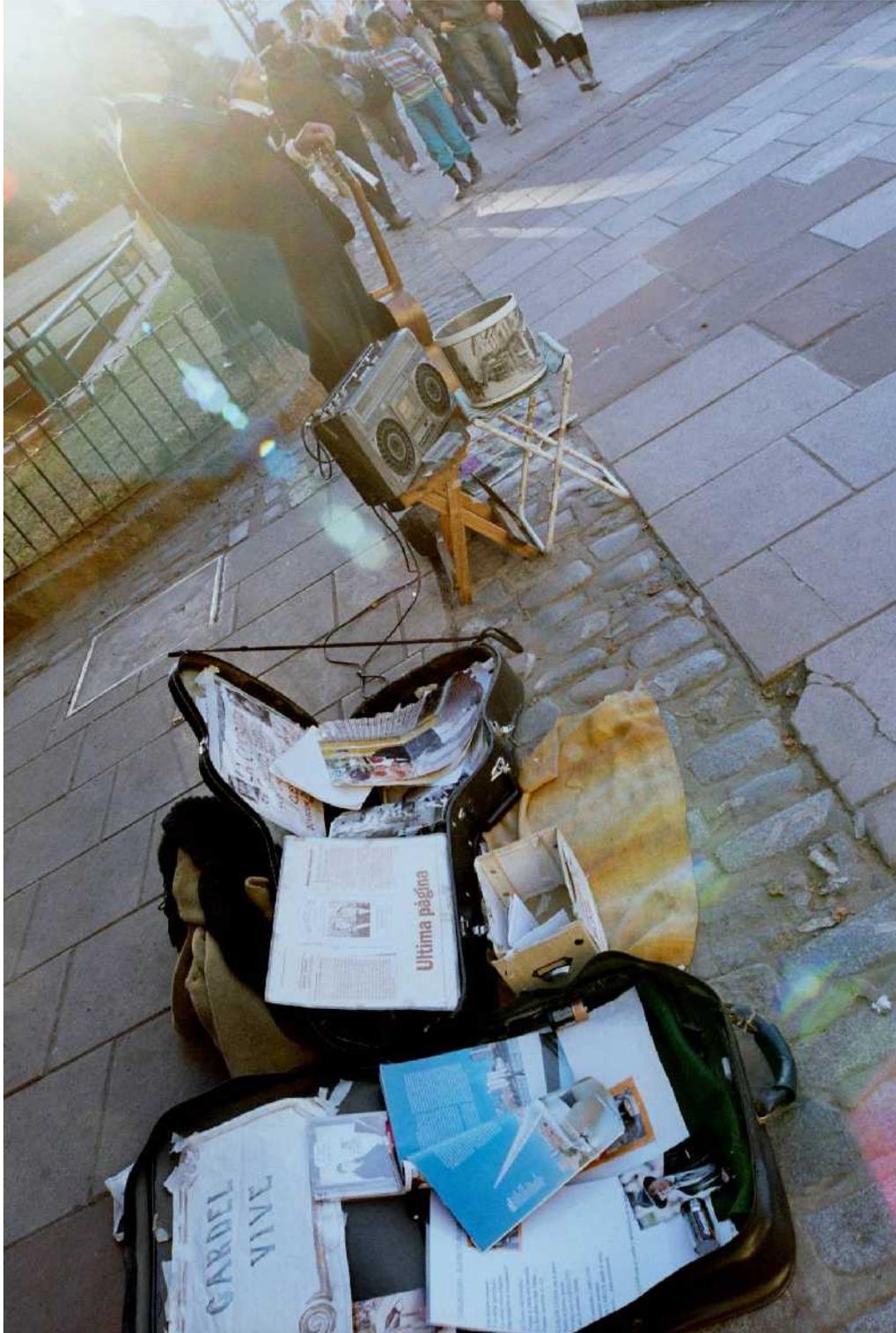












Fangacho
(electrotango)

Adelantando temas del próximo álbum

27/09 21 hs.

ND / ATENEO
CINCO AÑOS CON LA CULTURA

Paraguay 918
Tel: 4328-2888

ND
ATENEO
CINCO AÑOS CON LA CULTURA



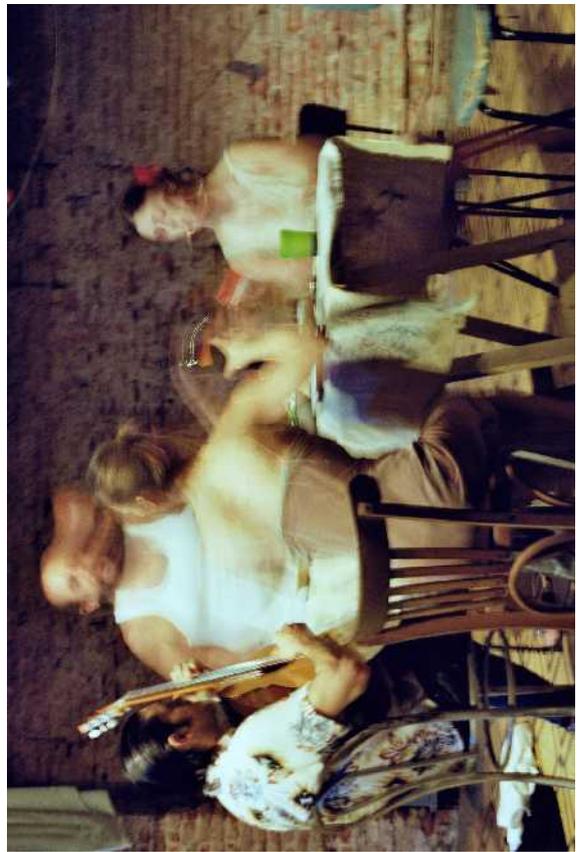








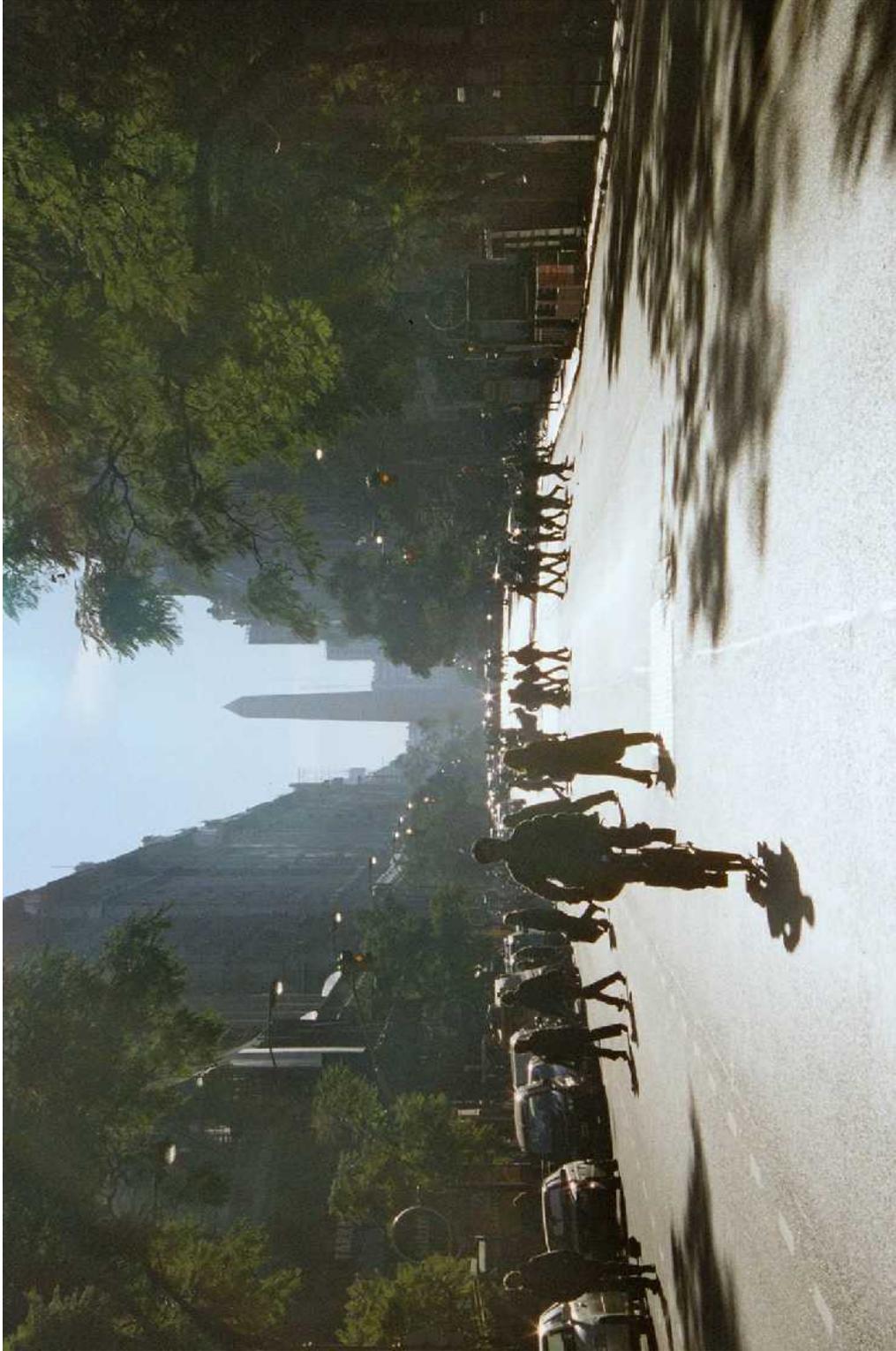


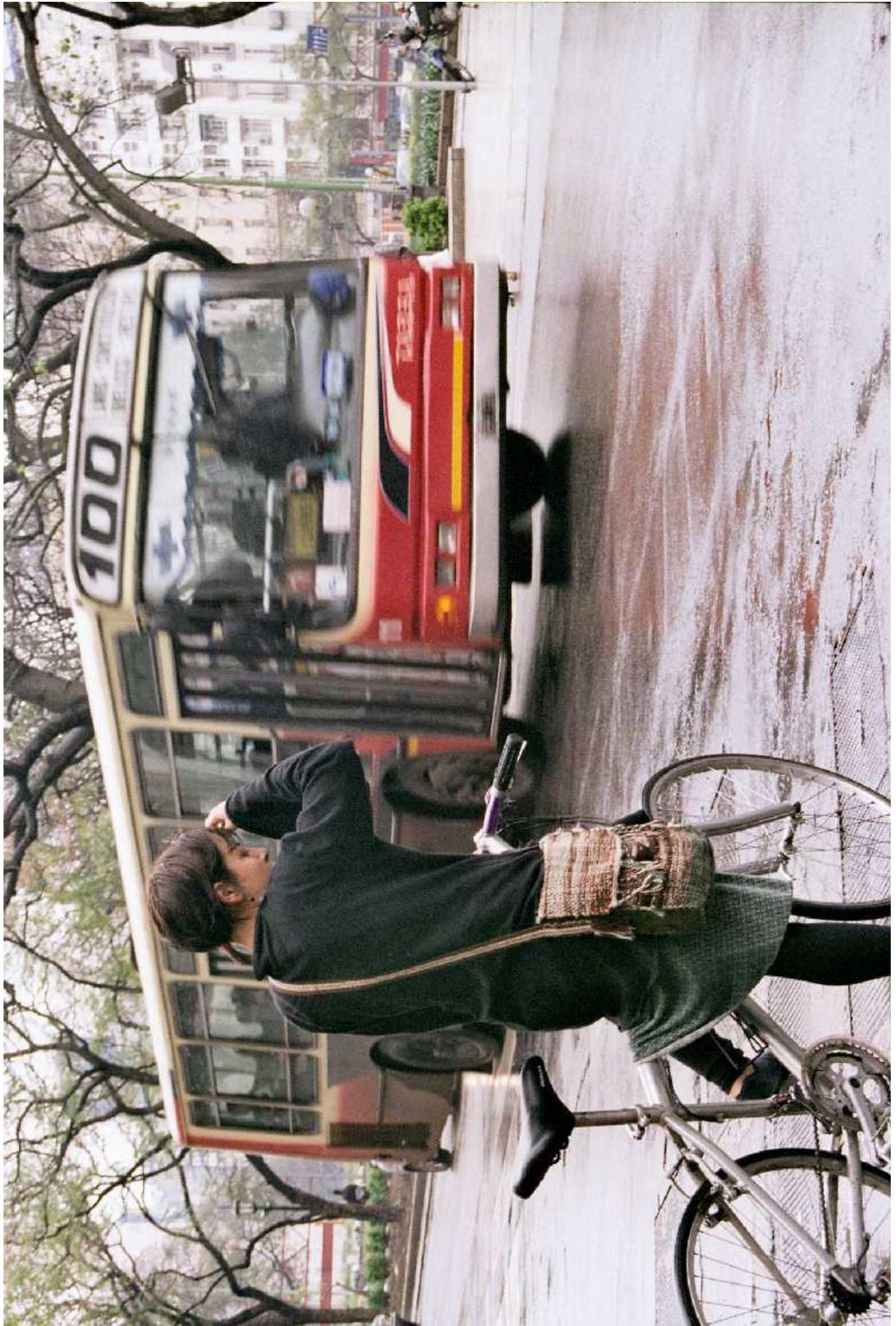


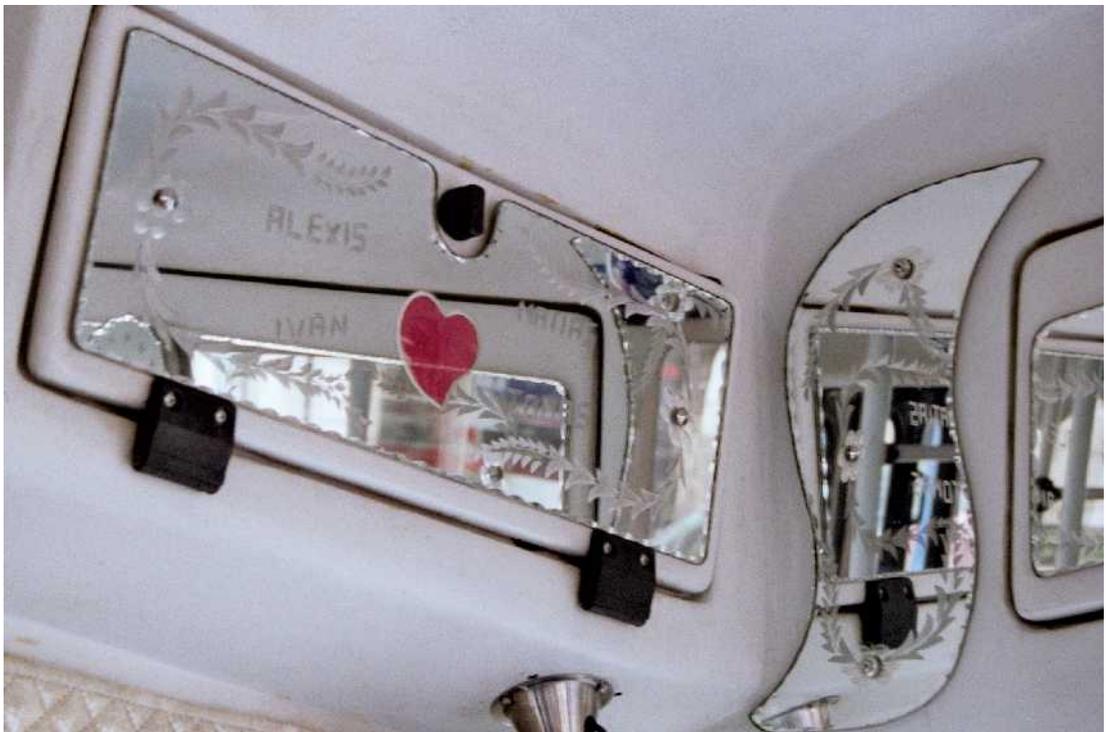














CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término da análise empregada, foram elucidados os questionamentos que motivaram o desenvolvimento da presente pesquisa. Visando à compreensão da problemática central, os objetivos residiam no desvelamento do universo simbólico que compunha as Representações Sociais de atrativo turístico e no esclarecimento da dimensão de compartilhamento dessa bacia semântica entre os produtores das narrativas turísticas e seus consumidores. A partir do alcance desses propósitos seria possível entender em que medida as Representações Sociais de atrativo turístico, enquanto mediação simbólica que direciona os olhares sobre o local no contexto da experiência turística, influenciam nos sentidos atribuídos ao local, tanto por aqueles que produzem os produtos turísticos quanto por aqueles que os consomem.

No que tangencia as Representações Sociais de atrativo turístico presentes nas formações discursivas dos produtores do Turismo, ficou perceptível que esse universo simbólico corresponde aos valores românticos e aos sentidos sistematizados na academia que formam a concepção técnico-científica de Atrativo Turístico. No período romântico houve uma valorização da história, expressa no gosto dos viajantes do *Grand Tour* pelas ruínas e pelas antiguidades, por exemplo. Esse valor, reproduzido pelo senso comum e sistematizado cientificamente, veio a compor uma das categorias simbólicas centrais que orientam o recorte mercadológico dos produtores do Turismo sobre a complexidade urbana, visto que opera na identificação dos pontos passíveis de serem transformados em atrativo turístico para o consumo. Desse modo, passam a ser reconhecidos como recursos turísticos os elementos antigos, o patrimônio edificado e as materialidades com representatividade histórica, assim como as manifestações culturais tradicionais e cristalizadas. É evidente que a percepção sobre a história difere em dois instantes: em um primeiro momento é utilizada de modo a produzir uma monumentalização dos eventos do passado e a levar a uma museificação da cidade na medida em que essa é associada à representatividade histórica dos fixos; já no material proveniente do *Áudio Guia Movil*, de forma ainda incipiente, há o resgate da

processualidade dos fatos, ligando presente e passado. Porém, a fixação das descrições reside essencialmente nas materialidades do espaço urbano e menos no movimento e nos sentidos cotidianos que circulam por esse.

A atenção que paira sobre a cultura e a arte é designada por uma lógica que busca a representatividade universal desses elementos nas unicidades e exotocidades; não parte de uma perspectiva sobre a micro-história e acerca da complexidade do local. Aí, por exemplo, o Tango, Carlos Gardel e Borges são maximizados, enquanto ficam obscurecidas a variedade e a complexidade culturais e suas diversas formas de expressão que se espalham pelas ruas e lugares da cidade. Uma dimensão cultural que circula por entre as formas de fazer do cotidiano: pelos trajés, pelo uso portenho do espanhol e dos espaços da cidade, pela arte não institucionalizada que se expressa nas feiras e nos teatros improvisados nos bares boêmios de *San Telmo*, por exemplo. Formas culturais emergentes ou em constante transformação, cujo tempo de perduração ainda é insignificante para serem concebidas como tradicionais e, por falta de representatividade histórica, não podem ser categorizadas como turísticas. São sentidos performados que se esvaziam na generalidade das categorias do código lingüístico, como exemplo, a insuficiência da expressão *artistas callejeros* para abarcar o sentido que esses artistas de rua põem em circulação em meio ao movimento portenho. São sentidos que não se esgotam no tempo controlado dos espetáculos folclóricos, feitos para o consumo cultural rápido, menos ainda nas programações culturais e artísticas institucionalizadas. São sentidos que estão, sim, no tempo da vida cotidiana possível nos espaços públicos. Uma esfera não representada no repertório simbólico que compõe as representações sociais de atrativo turístico presente nas formações discursivas que envolvem o discurso interpretativo dos sujeitos produtores do Turismo sobre a cidade de Buenos Aires.

No que diz respeito ao cotidiano, a forma de interpretar a sociedade ainda perpassa as lentes cor-de-rosa românticas, através das quais são produzidas imagens idealizadas do social, onde ficam invisíveis as tensões políticas que atravessam a dimensão simbólica, que se materializa no espaço através da projeção social do movimento cotidiano. As imagens da *Plaza de Mayo* formaram uma narrativa capaz de evidenciar uma outra forma de narrar esse espaço público, onde distintas temporalidades e espacialidade são representadas, assim como as tensões sociais que nesse espaço são expressas tanto através do movimento como na materialidade. Nesse contexto, constituindo-se como um contraponto à idealização romântica despolitizada.

Situados em um espaço simbólico onde os valores centrais estão voltados para a representatividade histórica, para a idealização da vida, para as unicidades e exotocidades

desde uma perspectiva universal e não local, aplicáveis a todas as dimensões da vida e a qualquer espaço urbano, os produtores, na tentativa de formatar um corpo de atrativos turísticos, transformam em ícones turísticos os grandes nomes que marcaram a história política, social e artística, a cultura cristalizada e as materialidades significativas do espaço desde esse ponto de vista. Vale chamar atenção, também, para os recursos de maximização (o maior, o menor, o irreproduzível) utilizados para justificar a eleição de elementos aparentemente triviais dos espaços urbanos, como a oferta cultura, gastronômica e de entretenimento. Assim, o formato de “uma história de todos os lugares” e, eu diria, de “atrativos turísticos de todos os lugares” marca o enquadramento mercadológico sobre o espaço urbano na medida em que se objetiva transformá-lo em produto turístico. Dessa forma, são exaltadas exotocidades de um universo que é particular na aparentemente familiaridade cotidiana dos centros urbanos, a qual é posta à sombra. Um repertório sobre o que é turístico no qual a materialidade e a cultura cristalizada é privilegiada em detrimento do movimento. Daí resulta a produção de recortes superficiais e simplistas. Questão que vem a ser afirmada na percepção dos gaúchos porto-alegrenses entrevistados ao classificarem como básicos os pontos turísticos apresentados nos passeios guiados.

Em contraposição aos limites interpretativos determinados no bojo semântico das representações sociais de atrativo turístico até aí desveladas, surgiria na formalidade do discurso dos turistas gaúchos porto-alegrenses uma outra categoria, a de atratividade. Esta concepção viria a remeter a um âmbito simbólico cujos sentidos são postos em circulação no movimento cotidiano e são compartilhados no espaço público, para os quais a utilização da palavra crua desembocaria em uma insuficiência representativa.

Ainda, na análise dos discursos dos entrevistados, esses exacerbaram a percepção que a lógica mercadológica de segmentação implica sobre eles, na qual são tomados como consumidores segmentados. Os sujeitos expressaram nas suas interpretações sobre a cidade de Buenos Aires uma complexa trama de valores adquiridos através da socialização (familiar, profissional, escolar, cultura regional, etc.), sendo capazes de transgredir a superficialidade do olhar interpretativo dos produtores do Turismo. Dessa forma, visualizaram na cidade instâncias que a concepção de atrativo turístico não trouxera à luz. Apontaram elementos que ficavam invisíveis nas leituras idealizadas, assim, buscando a história, no seu caráter processual, como uma ferramenta que permitiria compreender o contexto sociocultural contemporâneo no qual estão inseridas essas outras evidências: a produção das desigualdades sociais, as lutas políticas, as transformações culturais, as artes de fazer cotidianas.

Contudo, vale ressaltar que são indivíduos que continuam consumindo esses produtos turísticos identificados como básicos e superficiais. Isso porque reconhecem e compartilham a bacia semântica que envolve a concepção de atrativo turístico como um valor, visto que registram com suas máquinas fotográficas os pontos turísticos mesmo quando não os consideram interessantes. Assim, a concepção de atrativo turístico agrega um valor às instâncias que, a partir do universo simbólico que constitui essas representações sociais, são iluminadas. Eu diria um valor mercadológico, já que um atrativo turístico, teoricamente, só pode sê-lo no momento em que um recurso é passível de ser consumido; ou seja, no instante em que a potencialidade turística é trabalhada, deixando de ser apenas potencial perdido em meio a complexidade para ser atrativo turístico que compõe o produto turístico. É uma concepção técnica-científica que diz respeito ao mercado e aos produtos turísticos, uma vez que os entrevistados utilizaram o termo somente quando se referiram aos passeios guiados ou devido à formação profissional, no caso de uma das entrevistadas graduada em Publicidade Propaganda. É uma concepção que orienta a produção de imagens e cidades consumíveis e, para elas, a criação de desejos de consumo. Nesse círculo estabelecido entre a comunicação, a produção e os desejos de consumo que circulam pelas demais esferas sociais, os sentidos que compõem as representações sociais de atrativo turístico são replicados. Conforme já discutido no decorrer do trabalho, um círculo hermenêutico que não foi rompido na medida em que não houve a desconstrução dessas concepções e das lógicas que as envolvem, mas sim a reprodução irrefletida desses através das sistematizações das práticas e conhecimentos do senso comum, cujos sentidos subjacentes permaneceram em uma dimensão obscura, não-dita.

Penso ser importante observar que ambos universos simbólicos aqui trazidos à tona, o de atrativo turístico e o de atratividade, envolvem duas formas peculiares de experienciar a cidade por meio do fenômeno do Turismo. Os atrativos turísticos geralmente estão relacionados a uma experiência considerada como superficial, de consumo rápido e de tempo controlado, característico dos passeios guiados. Por outro lado, a percepção sobre a atratividade envolve a prática de percorrer a cidade de forma independente, movida pelo desejo de ir aonde a população local vai, indicando uma busca de inserção no movimento local e apontando para o desfrute de uma outra temporalidade; o tempo da descoberta do *Outro* e seus lugares praticados, possibilitando a sensação de um conhecimento mais aprofundado acerca da cidade. Apontamentos que remetem às teorias da Antropologia da Experiência no que tange a relação entre os sentidos e a forma da experiência. As expressões, cuja performance põe em circulação sentidos a serem partilhados, orientam as formas de experienciar, a qual, no momento em que passa a fazer parte do repertório cognitivo do

sujeito, acaba por tornar-se referente para a constituição de expressões. Assim, é mantido um círculo hermenêutico, no qual experiências produzem expressões que produzem formas de experienciar. No entanto, é importante pensar as rupturas nesses círculos e a possibilidade de transformação. Nesse sentido, a tensão entre atrativo turístico e atratividade indica, não apenas um contraponto conceitual, mas também remete a uma outra forma de vivenciar a cidade: a experiência do *flâneur*.

Desse modo, essas duas concepções, enquanto mediações simbólicas, apresentam influências práticas nas formas como os sujeitos se projetam nas experiências e a produzem, desse ou daquele modo. Igualmente, é justamente pelo fato de essas mediações simbólicas terem implicações práticas que as formas de narrar e de descrever a cidade se modificam desde os produtores aos consumidores. E é tão somente porque essas dimensões simbólicas se materializam no discurso que é possível visualizar em que medida essas mesmas influenciam na construção da realidade e atribuição de sentido sobre o local vivenciado. Nesse sentido, a problemática central é elucidada com o descortinar do universo semântico que compõe as representações sociais de atrativo turístico e na percepção de como esse universo acaba por moldar o discurso de uma forma específica e não de outra. Portanto, a concepção de atratividade veio a denunciar uma outra possibilidade interpretativa, colocando em destaque os limites interpretativos impostos pelas representações sociais de atrativo turístico no processo de produção de sentidos sobre o local.

Diante desses breves encaminhamentos finais, essa pesquisa tratou de dimensões simbólicas com implicações práticas nas formas de experienciar e interpretar o mundo. Nesse espaço de reflexão foram discutidas as *Mediações Culturais* e foi apresentado seu campo de influências visíveis. Um exemplo da materialização desse universo simbólico fluído são as práticas da produção do turismo sobre o espaço urbano. Nesses arcabouços de sentidos estão contidos os pilares simbólicos sobre os quais são erguidas as formas de fazer no turismo e, por vezes, o próprio discurso científico resultante de sistematizações. Se a representação social de atrativo turístico tem levado a uma produção orientada por formatos exógenos à lógica das comunidades, culminando na desconsideração da sua complexidade, a concepção de atratividade indica a necessidade de fomentar, desde a lógica local, o movimento cotidiano que cruza e dá vida aos espaços urbanos, de incentivar a pluralidade das formas expressivas, através das quais sentidos são postos em movimento, ou seja, as artes de fazer não institucionalizadas possíveis no cotidiano da cidade, que a simbolizam e a produzem.

A partir dos resultados dessa pesquisa, os teóricos e profissionais da área do turismo já podem refletir sobre uma das mediações simbólicas, até então não-sabida, norteadora das

práticas turísticas. Por fim, sendo convidados a novas reflexões que levem à desconstrução de conceitos sistematizados. Assim, que sejam suscitadas novas problemáticas em torno dos próprios dizeres científicos e sobre os espaços simbólicos desde onde esses são enunciados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. *Fotoetnografia da Biblioteca Jardim*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. Fotos e palavras, do campo aos livros. *Revista STUDIUM*, nº12, 2000. Disponível em: <www.studium.iar.unicamp.br/12/1.html> Acesso em: jun. 2007.

ARCHETTI, Eduardo P. O "gaucho", o tango, primitivismo e poder na formação da identidade nacional argentina. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 9-29, abril 2003. Disponível em: <www.scielo.br> Acesso em abr. 2007.

ASHTON, Maria Sandra Guerra. Turismo: a mutação do cotidiano. In. BARRETTO, Margarita (org). *Turismo, cultura e sociedade*. Caxias do Sul: Educus, 2006. p. 11-24.

BARBERO, Jesús Martin. *Dos Meios às Mediações*: Comunicação, cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

BARRETTO, Margarita N. *Planejamento e organização em turismo*. 5.ed. São Paulo: Masson, 2000.

BARRETTO, Margarita. *Manual de Iniciação ao Turismo*. Campinas: Papyrus, 1995.

BARRETTO, Margarita; REJOWSKI, Mirian (orgs). *Turismo: interfaces, desafios e incertezas*. Caxias do Sul: EDUSC, 2001.

BARRIOS, Sonia. A Produção do Espaço. In: SOUZA, Maria Adélia A. de; SANTOS, Milton (orgs). *A construção do Espaço*. São Paulo: Nobel, 1986. p. 1-24.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2001.

BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A Construção Social da Realidade*: Tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1998.

BITTENCOURT, Luciana Aguiar. Algumas considerações sobre o uso da imagem fotográfica na pesquisa antropológica. In: FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Míriam L. Moreira (orgs). *Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas: Papyrus, 1998. p.197-212.

BOURDIEU, Pierre; ORTIZ, Renato (org). *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994.

BOYER, Marc. *A História do Turismo de Massa*. Bauru: EDUSC, 2003

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 2.ed. Campinas, São Paulo: UNICAMP, 2004.

BRASIL. ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil. *Anuário do Transporte Aéreo* (2005). Disponível em: <www.anac.gov.br/arquivos/zip/anuarioTranspAer2005.zip> Acesso em: out. 2006.

BRUNER, Edward M. Experience and its expressions. In: BRUNER, Edward M.; TURNER, Victor W. *The anthropology of experience*. Chicago, EUA: University Of Illinois Press, 1986. p. 03-30.

BUENOS AIRES. Dirección General de Estadística y Censos. *Anuario Estadístico 2005 de la Ciudad de Buenos Aires*. Disponível em: <www.buenosaires.gov.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/Anuario_2005/introd.htm> Acesso em: mar. 2007.

CALELLO, Tomás. Breve caracterización histórica de la región metropolitana de Buenos Aires. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 14, n. 4, p.34-42, out.-dez. 2000. Disponível em: <www.scielo.br> Acesso em: abr. 2007.

CAMARGO, Haroldo Leitão. *Patrimônio histórico e cultural*. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Espaço-tempo na Metrópole*: a fragmentação da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2001.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. *A Geografia do Espaço turístico, como Construção Complexa da Comunicação*. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação Social), PUCRS, FAMECOS, Porto Alegre, 2004.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo e ordenação no espaço urbano. In: _____ (org.). *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto, 2001. p. 23-32.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*: artes de fazer. 11.ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

COELHO NETO, Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*: Cultura e Imaginário. São Paulo: Iluminuras, 1999.

COGGIOLA, Osvaldo. Buenos Aires, Cidade, Política, Cultura. *Revista brasileira de História*, São Paulo, v. 17, n. 34, p.101-118, 1997. Disponível em: <www.scielo.br> Acesso em: abr. 2007.

CLAUDON, Francis. *Enciclopédia do romantismo*. São Paulo: Verbo, 1986.

DAMATTA, Roberto. Ofício do Etnólogo, ou como ter o Antropological Blues. In: NUNES, Edson de Oliveira (org). *A Aventura Sociológica*: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 23-35

DAMATTA, Roberto. *Relativizando: uma introdução à antropologia social*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

DESAULNIERS, Julieta Beatriz Ramos. Tempo: uma categoria, várias abordagens. *Veritas*, Porto Alegre, v. 41, n. 162, p. 315-321, jun. 1996.

DIAS, Reinaldo. *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas, 2005.

DUVEEN, Gerard. Introdução: o poder da idéias. In: MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais*: investigações em psicologia social. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 07-28.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. Etnografia de Rua: estudo de antropologia urbana. *Iluminuras*, Porto Alegre, n.44, 2001. Disponível em: <www.estacaoportoalegre.ufrgs.br/html/producao/iluminuras/iluminuras.htm> Acesso em: out. 2006.

ECKERT, Cornelia; GODOLPHIM, Nuno; RODOLPHO, Adriane; ROSA, Rogério. A experiência do núcleo de antropologia visual – UFRGS. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 1, n. 2, p. 221-230, jul.-set. 1995.

FARR, Robert M. Representações Sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, Pedrinho A; JOVCHELOVITCH, Sandra. *Textos em representações sociais*. 8.ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p.31-59.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Do mundo como imagem à imagem do mundo. In SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A de; SILVEIRA, Maria Laura (Org.). *Território: Globalização e Fragmentação*, São Paulo: HUCITEC, 2002. p. 45-50.

FERREIRA, Alvaro Henrique de Souza. Espaço, Tempo, Ciberespaço: Produzindo Novas Temporalidades e Especialidades. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; LEMOS, Amália Inês Geraiges (orgs). *Dilemas Urbanos: Novas Abordagens Sobre a Cidade*. São Paulo: Contexto, 2003. p. 119-128.

FIGUEIREDO, Joana Bosak de. *A tradução da tradição: gaúchos, guaxos e sombras: o regionalismo revisitado de Luiz Carlos Barbosa Lessa e de Ricardo Güiraldes*. 2006. Tese (Doutorado em Letras), UFRGS, Porto Alegre, 2006.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. *Caracterização e Dimensionamento Turismo Doméstico no Brasil*. Disponível em: <200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/demanda%20turistica/demanda_turismo_domestico_setembro_2006.pdf> Acesso em: out. 2006.

GASTAL, Susana, Turismo na Pós-modernidade: agregando imaginários. In GASTAL, Susana; CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). *Turismo na Pós-Modernidade: (des)inquietações*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. p. 51-60.

GAYER, Priscila. *Os Destinos e seus Imaginários*. 2005. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo), PUCRS, FAMECOS, Porto Alegre, 2005-a.

GAYER, Priscila. Os Mediadores da Experiência e a Construção do Sentido. In: VIII Seminário Internacional de Comunicação: mediações tecnológicas e a reinvenção do sujeito, 2005, Porto Alegre. *Anais*, 2005-b.

GAYER, Priscila. O Desenvolvimento dos destinos e a comunicação: uma relação recursiva-hologramática. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Porto Alegre. *Anais*, 2005-c.

GAYER, Priscila. Adentrando Buenos Aires: do movimento a cristalização. *Revista Virtual Partes*, ago.2007. Disponível em: <www.partes.com.br/turismo/adentrando.asp> Acesso em: ago.2007-a.

GAYER, P. Um Lugar Metodológico para os Estudos dos Processos Culturais no Fenômeno do Turismo: a Experiência Turística sob a Perspectiva da Antropologia da Experiência. In: VII RAM - Reunião de Antropologia do Mercosul, Desafios Antropológicos, 2007, Porto Alegre. *Anais*, 2007-b.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GEERTZ, Clifford. Making Experience, Authoring Selves. In: BRUNER, Edward M.; TURNER, Victor W. *The anthropology of experience*. Chicago, EUA: University Of Illinois Press, 1986. p. 373-380.

GOETHE, Johann W. von. *Italian Journey [1786-1788]*. London: Penguin group, 1970.

GOLDEMBERG, Mirian. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

GRIMSHAW, Anna. *The ethnographer's eye: Ways of seeing in modern Anthropology*. Cambridge, Cambridge University Press, 2003.

GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima; MEDEIROS, Patrícia Flores de; BRUSCHI, Michel Euclides. Psicologia Social e Estudos Culturais: rompendo fronteiras na produção do conhecimento. In: GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima; BRUSCHI, Michel Euclides. (orgs). *Psicologia social nos estudos culturais: perspectivas e desafios para uma nova psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 23-49.

GUARESCHI, Pedrinho A. “Sem dinheiro não há salvação”: ancorando o bem e o mal entre os neopentecostais. In: GUARESCHI, Pedrinho A; JOVCHELOVITCH, Sandra. *Textos em representações sociais*. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 191-228.

GUARESCHI, Pedrinho A. Representações Sociais: alguns comentários oportunos. In: SCHULZE, Célia Maria Nascimento. *Novas contribuições para a teorização e pesquisa em representação social*. Florianópolis: ANPEPP, 1996.

GUARESCHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra. Introdução. In: _____. *Textos em representações sociais*. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 17-25.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 8.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HAUSER, Arnold. *História social da arte e da literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

HOBBSAWM, Eric J.; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do turismo*. 2.ed. São Paulo: Thomson, 2003.

JACKS, Nilda. *Querência: Cultura Regional como Mediação Simbólica, um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

JAFARI, Jafar. La cientificacion del turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Buenos Aires, v.3, n. 1, p. 7-29, 1992.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Representações Sociais: por uma fenomenologia dos saberes sociais. *Revista Psicologia & Sociedade*, v.10, n.1, p. 54-68, jan.-jun. 1998.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Espaço de mediação e gênese das representações sociais. *Revista Psico*, Porto Alegre, v.27, n.1, p.193-205, jan.-jun. 1996.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Espaço de mediação e gênese das representações sociais. *Revista Psico*, Porto Alegre, v.27, n.1, p.193-205, jan.-jun. 1996.

JOVCHELOVITCH, Sandra. *Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2000.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e Representações Sociais. In: GUARESCHI, Pedrinho A; JOVCHELOVITCH, Sandra. *Textos em representações sociais*. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 63-85.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do Turismo*: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2001.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LAPLANTINE, François. *Aprender Antropologia*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura*: um conceito antropológico. 16.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

LUCHIARI, M. Tereza de C. P. Urbanização Turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In. SERRANO, Celia, BRUHNS, Heloísa T. LUCHIARI, M. Tereza de C. P. (orgs). Olhares contemporâneos sobre o Turismo. Campinas, Papirus, 2000. p. 105-130

MACDOUGALL, David. *Novos princípios da antropologia visual*. Cadernos de Antropologia e Imagem. Rio de Janeiro, UERJ, v. 21, n. 02, 10 anos (1995-2005) p.20-31, 2005.

MacDOUGALL, David. *Transcultural Cinema*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1998.

MacDOUGALL, David. *The corporeal image: Film, ethnography and the senses*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2006.

MAFFESOLI, Michel. O Imaginário é uma Realidade. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n. 15, p. 74-81, ago. 2001.

MASINA, Renato. *Introdução ao estudo do turismo*: conceitos básicos. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

MCKERCHER, Bob; DU CROS, Hilary. *Cultural tourism*: the partnership between tourism and cultural heritage management. New York: The Haworth Hospitality Press, 2002.

MEIRA, Fábio Bittencourt; MEIRA, Mônica Buchler Vanzella. Considerações sobre um campo científico em formação: Bourdiei e a “nova ciência” do turismo. In: 30ª Encontro da ANPAD, set. 2006, Salvador. *Anais*.

MENESES, José Newton Coelho. *História & Turismo Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MENESES, Ulpiano. A paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, Eduardo (org). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 29-64.

MESE, Flávio Del. Os Gaúchos e o seu país. In: GONZAGA, Sergius; FISCHER, Luís Augusto; BISSÓN, Carlos Augusto (orgs). *Nós, os gaúchos*: 2. 2.ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998. p. 54-56

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O conceito de Representações Sociais dentro da sociologia clássica. In: GUARESCHI, Pedrinho A; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs). *Textos em representações sociais*. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 89-111.

MOESCH, Marutschka. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.

LEITE, Miriam Moreira. O opaco e a transparência do texto visual. In: Eckert, Cornelia; Monte-Mor, Patrícia (orgs). *Imagem em foco, novas perspectivas em antropologia*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1999. p. 105-113.

MORIN, Edgar. *O Método 4*. 3.ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MOSCOVICI, Serge. *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

NUNES, José Horta. O espaço urbano: a “rua” e o sentido público. In: ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas: Pontes, 2001. p. 101-110.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. 5.ed. Campinas: Pontes, 2003.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *As formas do silêncio*: no movimento dos sentidos. 2.ed. Campinas: editora da UNICAMP, 1993.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Cidade dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2004.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Apresentação: cidade atravessada. In: _____. *Cidade atravessada*: os sentidos públicos no espaço urbano. Campinas: Pontes, 2001. p. 7-8.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Tralhas e troços: o flagrante urbano. In: _____. *Cidade atravessada*: os sentidos públicos no espaço urbano. Campinas: Pontes, 2001. p. 11-24.

PAIVA, Eduardo França. *História & Imagens*. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

PANOSSO NETTO, Alexandre. *Filosofia do Turismo*: teoria e epistemologia. São Paulo, Aleph, 2005.

PANOSSO NETTO, Alexandre. O problema epistemológico no Turismo: uma discussão teórica. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. (orgs). *Reflexões sobre um novo Turismo*: Política, ciência e sociedade. São Paulo: Aleph, 2003. p. 57-86.

PECHEUX, Michel. *O discurso*: estrutura ou acontecimento. 2.ed. Campinas: Pontes, 1997.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. A Construção de uma Porto Alegre imaginária: uma cidade entre a memória e a história. In: GRIJÓ, Luiz Alberto; KÜHN, Fábio; GUAZZELLI, Cesar Augusto Barcellos; NEUMANN, Eduardo Santos (orgs). *Capítulos de história do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. p. 179-208.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Nação e Região: Diálogos do “Mesmo” e do “Outro”. In: _____. *História Cultural*: Experiências de Pesquisa. Porto Alegre: UFRGS, 2003. p. 209-242.

PESSANO, Carlos Alberto. *Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Guillermo Kraft, 1955.

PINTO, Milton Jose. *Comunicação e discurso*: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker, 1999.

REJOWSKI, Mirian. *Turismo no percurso do tempo*. São Paulo: Aleph, 2002.

RIBEIRO, Gustavo Lins. Tropicalismo e Europeísmo: modos de representar o Brasil e a Argentina. In: FRIGERIO, Alejandro; RIBEIRO, Gustavo Lins (orgs). *Argentinos e Brasileiros*: encontros, imagens e estereótipos. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 237-264.

RODOLPHO, Patrícia. Encontrando imagens na e da Rua da Praia: problemas e descobertas de uma etnografia urbana. *Illuminuras*, Porto Alegre, n. 26, 2001. Disponível em: <www.estacaoportoalegre.ufrgs.br/html/producao/iluminuras/iluminuras.htm> Acesso em: out. 2006.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Marketing turístico*: um enfoque promocional. 5.ed. São Paulo: Masson, 2000.

SÁ, Celso Pereira de. Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: SPINK, Mary Jane P. *O conhecimento no cotidiano*: as representações sociais na perspectiva da psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 1993. p. 19-45

SALGUEIRO, Teresa Barata. Espacialidades e Temporalidades Urbanas. In: CARLOS, Ana Fani A; LEMOS, Amália (orgs). *Dilemas Urbanos*: novas abordagens sobre a cidade. São Paulo: Contexto, 2003. p. 99-104.

SALGUEIRO, Valéria. Grand Tour: uma contribuição à historia do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 22, n. 44, p.289-310, 2002. Disponível em: <www.scielo.br>. Acesso em: abr. 2007.

SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e pesquisa*: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2002.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço*: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS, Milton. *Espaço e Sociedade*. Petrópolis: Vozes, 1979.

SANTOS, Rafael José dos. Antropologia, Comunicação e Turismo: a Mediação Cultural na Construção do Espaço Turístico em uma Comunidade de Pescadores em Laguna, SC In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2004. *Anais*.

SERPA, Angelo. *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo: Contexto, 2007.

SILVA, Adriana Pisoni. O turismo nos sítios históricos urbanos: o patrimônio além dos monumentos. In: BARRETTO, Margarita (org). *Turismo, cultura e sociedade*. Caxias do Sul: Educs, 2006. p. 25-39.

SILVA, Juremir Machado da. *As Tecnologias do Imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SILVA, Maria da Glória Lanci da. *Cidades Turísticas: Identidades e Cenários de Lazer*. São Paulo: Aleph, 2004.

SIQUEIRA, Euler David de Siqueira. O melhor lugar do mundo é aqui: etnocentrismo e representações sociais nas revistas de turismo. Trabalho In: 25a RBA – Reunião Brasileira de Antropologia, jun. 2006, Goiânia. *Anais*.

SPINK, Mary Jane; FREZZA, Rose Mary. Práticas discursivas e produção de sentidos: a perspectiva da Psicologia Social. In: SPINK, Mary Jane. *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004. p. 17-39.

STRELIAEV, Leonid. Separatismo e Marketing. In: GONZAGA, Sergius; FISCHER, Luís Augusto; BISSÓN, Carlos Augusto (org.). *Nós, os gaúchos*: 2. 2.ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998. p. 57-60

SUERTEGARAY, Dirce Maria Antunes. Espaço Geográfico Uno E Múltiplo. *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, n. 93, jul. 2001. Disponível em: <www.ub.es/geocrit/sn-93.htm> Acesso em: 21 abr. 2006.

TAVARES. Adriana Menezes. *City Tour*. São Paulo: Aleph, 2002.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3.ed. São Paulo: SESC, 2001.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira (org). *A Aventura Sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 36-46

VIAGEM E TURISMO: Buenos Aires em Dose Dupla. São Paulo: editora abril, ed. 137, ano 13, n.3, mar. 2007. p. 44-71.

WAIMBERG, Jacques. *Turismo e Comunicação*: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.

WAINBEIRG, Jacques. Cidades como sites de excitação turística. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (orgs). *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto, 2001. p. 11-21.

WERNECK, Christianne Luce G.; STOPPA, Edmur Antonio; ISAYAMA, Hélder Ferreira. *Lazer e mercado*. Campinas: Papirus, 2001.

ANEXO – OBJETOS DISCURSIVOS

(1) Viajar Hoy – Guía Turística de Argentina, 2006/2007
Plaza de Mayo - p.10-16

El itinerario a pie que sugerimos comienza en La Pirámide de Mayo, al centro de La Plaza. Incluye una mirada a La fachada de La Casa Rosada y, si está abierto, a su Museo; da La vuelta por "el Sajo" para ver los cimientos de La Aduana de Taylor y el monumento a Cristóbal Colón. Continúa subiendo por La suave barranca costera y La primera calle de La ciudad hasta La Catedral, y concluye en el Cabildo. Tras este recorrido se habrá caminado, con **distinto escenario**, por los **mismos lugares que trajinaron Las conquistadores y Las fundadores y forjadores de La Argentina**.

(1A)

Introdução e instruções.

Indicação de uma abordagem histórica.

PLAZA DE MAYO

La caminata puede hacerse en 45' a 90'. Los días **sábados, domingos** y feriados son más adecuados para **observar el panorama urbano en tranquilidad**, pero con los edificios públicos cerrados. La "hora mágica" de Plaza de Mayo es hacia el atardecer, cuando el sol se oculta tras el domo del Congreso en el eje este-oeste de Avenida de Mayo y sus rayos rojos y rosados de La Casa de Gobierno.

(1B)

Privilegia a observação da paisagem construída em detrimento dos fluxos. Para isso orienta-se pela dispersão cotidiana dos fluxos, indicando sábados e domingos.

La actual Plaza de Mayo coincide con La que era La Plaza Mayor de La ciudad de La Santísima Trinidad fundada por el vasco Juan de Garay en 1580, junto al puerto de Santa María de los Buenos Aires, La ausencia de Las imponentes fortalezas, catedrales y cabildos que España dejó en otras futuras capitales americanas (a comenzar por Montevideo al otro lado del río) indica que La colonia de Buenos Aires fue muy pobre,

La Plaza **no es La más bella** de Las Américas, **pero si La más arquetípica: no existe ninguna otra ciudad en el mundo** cuya trama urbana se haya extendido tanto según el módulo español fundacional, La manzana de 100 por 100 varas (unos 86,6 metros de lado), En una planicie apenas ondulada y sin barreras naturales, en 425 años La mancha urbana llegó hasta 80 kilómetros del cuadrado inicial También es La más representativa entre Las repúblicas del Nuevo Mundo: **ninguna plaza de otra capital americana** se usó y se sigue usando tanto para actuar Las pasiones políticas y populares. La tradición política Argentina, desde el 25 de mayo de 1810, indica que todo sector que desee cobrar visibilidad y protagonismo en esta tierra debe manifestarse en La Plaza: los radicales en los tiempos de Hipólito Yrigoyen, los descamisados desde el primer día de vida del peronismo, los sindicatos, Las madres y abuelas de desaparecidos, veteranos de La guerra de Malvinas, piqueteros y desocupados. **Así, La Plaza en casi dos siglos de vida republicana fue** el epicentro de Las pasiones porteñas, bonaerenses y argentinas.

(1C)

Apresentação das características espaciais (expansão da dimensão espacial – material) e históricas para atribuir o caráter de unicidade aos elementos descritos (além de outras técnicas descritivas: la más, ninguna outra).

A praça como local de manifestações populares no decorrer do tempo – mesmo falando da apropriação local, remete a um valor histórico, não menciona o cotidiano, o trivial, o tempo verbal está no passado. As mães da Plaza de Mayo, como são popularmente chamadas, ainda praticam seus manifestos, entre muitos que na praça se manifestam, mas pela forma como o discurso é construído, não remete ao cotidiano. É desconsiderado um presente onde outras apropriações e expressões circulam pela praça (como os vendedores do jornal feito pelas pessoas da rua, ou as grades de proteção policial que atravessa a praça). Ainda, trata as manifestações políticas e os problemas sociais (desocupados) de forma superficial e romântica.

La Pirámide de Mayo [1] es el primer monumento republicano erigido por una ex colonia europea en el Hemisferio Sur. Fue levantada en 1811 con ladrillos y argamasa para conmemorar el Año Uno de La libertado Una placa de bronce recuerda a los dos primeros caídos en una refriega con tropas realistas al otro lado del Río de La Plata. La Pirámide fue

(1D)

O valor que envolve a descrição dos elementos está: na história política; na arquitetura e nas camadas históricas a que essa

modernizada en 1853 y desplazada hasta el centro de La Plaza 30 años después, cuando se demolió La Recova que cruzaba este espacio de un lado a otro y 10 dividía en Plaza del Fuerte y Plaza de La Victoria.

Frente a La Casa Rosada, el bronce ecuestre de Manuel Belgrano [2] tiene La originalidad de ser obra de dos artistas: el francés Albert Carrière-Belleuse forjó al prócer creador de La bandera y el argentino Manuel de Santa Coloma a su cabalgadura. Donde estuvo el fuerte español entre fines de siglo XVI y mediados del XVIII, se emplaza La Casa Rosada [3], sede del Poder Ejecutivo. Su aspecto asimétrico y ecléctico es el resultado de La unión de dos edificios y sucesivas intervenciones hasta fines del siglo XIX, entre Las que destacó La del arquitecto italiano Francesco Tamburini, que le dio su aspecto actual. En La decoración de esta fachada se divisa un haz lictorio, antiguo símbolo romano instalado allí décadas antes que fuera adoptado como símbolo del fascismo. La Casa Rosada es custodiada por soldados del Regimiento de Granaderos a Caballo en uniforme de época. Para visitar el interior de La Casa Rosada hay que anotarse en Las visitas guiadas en el Museo de La Casa Rosada [4]. La visita permite ver Los patios interiores con galerías: su mayor atractivo es una colección de bustos en mármol de Las presidentes constitucionales. En el Museo de La Casa Rosada se guardan objetos personales que pertenecieron a los presidentes argentinos. Desde allí se accede a los cimientos de La desaparecida Aduana Nueva, proyecto del arquitecto inglés Eduard Taylor, donde se observan bóvedas y arcos, cuya solidez evoca La antigua arquitectura romana. Hay una maqueta y planos del macizo edificio semicircular que se construyó sobre La orilla del Río de La Plata, adosado al Fuerte en 1854 demolido en 1890 para construir el nuevo puerto. Estas ruinas también se observan a través de una abertura en La explanada de La Plaza Colón. Sobre La calle Hipólito Yrigoyen están los edificios del Ministerio de Economía [5] y La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) [6], inspirados en La arquitectura europea de los años '30 y '40. Dentro del segundo se conserva La fachada y el recinto del primer Congreso Nacional, el cual es de sumo interés para los historiadores, pues allí también funciona La biblioteca de La Academia Nacional de Historia. En el revestimiento en granito del Ministerio de Economía se observan Las huellas de los proyectiles del bombardeo aeronaval del 16 de junio de 1955, poco antes de La caída de Perón, que provocó docenas de muertos.

La Plaza Colón se encuentra donde hasta hace poco más de un siglo llegaba el Río de La Plata y allí se erige el Monumento a Cristóbal Colón [7], del artista florentino Arnaldo Zocchi. En mármol de Carrara, evoca La partida desde el puerto de Païos y La primera cruz plantada en el Nuevo Mundo, todo coronado por La estatua del piloto genovés. Fue donado por La colectividad italiana para el Centenario de La Revolución de Mayo.

Desde aquí se observa el Edificio libertador [8], sede central del Ejército, que fue proyectada por ingenieros militares y concluida en 1942. Su imponente y contigüidad a La sede del poder civil simbolizan el predominio del poder militar en La vida política argentina hasta 1983. En sentido opuesto, en una plazoleta frente a La explanada de acceso a La Casa Rosada por calle Rivadavia hay un potente bronce en el Monumento a Juan de Garay [9], fundador de Buenos Aires, obra del alemán Gustav H. Eberlein, contiguo a un retono del roble de Guernica plantado por La comunidad vasca en 1919. En La esquina de Rivadavia y 25 de Mayo, un edificio de aspecto anónimo erizado de antenas es La sede de La Secretaría de Inteligencia del Estado (SI DE). En La ochava contigua destaca La fachada del Banco de La Nación Argentina [10], obra de estilo monumentalista proyectada por el arquitecto argentino Alejandro Bustillo y concluida en 1952: vale La pena observar en su interior La cúpula octogonal de 50 metros de diámetro, que es La cuarta del planeta en tamaño (después de La de San Pedro en Roma y su copia en Costa de Marfil, y el domo del Capitolio en Washington).

La Catedral Metropolitana [11] sede del Arzobispado de Buenos Aires, es /a sexta construcción que se levantó en este predio desde La fundación. Todas Las anteriores desaparecieron a causa de La precariedad del adobe en clima húmedo. Su fachada neoclásica fue diseñada en 1822 por el francés Prospero Catelin y La ornamentación del frontispicio (que representa el reencuentro de Jacob con su hijo José) es del también francés Joseph Dubourdieu, terminada en 1863. La cúpula está revestida en

remete, além da forma estética;

Os elementos descritos são partes dos fixos, das materialidades.

azulejos Pas de Cal als importados de Francia. Sus interiores son de estilo barroco italianizante. Se destaca el Mausoleo del Libertador José de San Martín del escultor francés Carriere Belleuse, custodiado por soldados del Regimiento de Granaderos a Caballo San Martín. En La capilla de Nuestra Señora del Carmen pueden observarse recuerdos de Las víctimas de La Shoah y del atentado a La AMLA. Contiguo a La Catedral y formando un patio se encuentra el moderno edificio de La Curla, que reemplaza a una sede anterior, incendiada y saqueada durante La revolución del 16 de junio de 1955.

El Cabildo [12] es La única construcción de época colonial que perdura en torno a La Plaza de Mayo, pero en rigor es una evocación moderna donde queda poco del edificio proyectado por el jesuita italiano Andrea Blangi y concluido en 1751. El Cabildo original tenía 11 arcos pero le fueron amputados tres de cada lado para abrir Las avenidas de Mayo y Diagonal Sur. Aquí, el 25 de Mayo de 1810 se proclamó La Junta de Gobierno que sustituyó al Rey de España (destronado por Napoleón) y a su Virrey; al mismo tiempo que en Caracas, en este Cabildo comenzó el crepúsculo del "impelio donde nunca se ponía el sol". El Museo de La Revolución de Mayo acompaña con documentos, cuadros y objetos de época.

Detrás del Cabildo hay un patio y pasaje entre Avenida de Mayo e Hipólito Yrigoyen. Los jueves y viernes de 11:00 a 18:00 funciona una feria de artesanías urbanas.

(1E)

As feiras remetem a algo cotidiano. Contudo, não há descrição do movimento, da apropriação local, da arte popular que por elas circula. Trata tão somente dos objetos comercializados.

(2) Viajar Hoy – Guía Turística de Argentina, 2006/2007
Plaza de Mayo a San Telmo - p.35-46

SAN TELMO, EL CORAZÓN DE LA PRIMERA CIUDAD

En Las siguientes cuadras, hasta La Avenida Independencia, es más atractiva La paralela calle Balcarce, que reúne algunos baluartes del circuito del tango y su decano el Bar Sur, en Balcarce y Estados Unidos desde 1967.

(2A)

Atrativo: circuito de Tango.

En sus veredas anchas pueden observarse mesas de algunos bares y restaurantes, y una feria de alimentos los domingos.

(2B)

A Paisagem descrita de forma ampla.

En Balcarce 1016 está La Casa de Juan Carlos Castagnino, galería de arte en La vieja casa donde vivió y trabajó el pintor marplatense, uno de los grandes maestros de La pintura argentina. Cruzando La calle, en Balcarce 1053, se encuentra La Galería del Viejo Hotel, edificio de dos plantas que data de 1860, construido para albergar familias de inmigrantes, que en 1980 se transformó en espacio de arte y cultura.

(2C)

Traz o aspecto histórico e a funcionalidade atual – os usos institucionais do patrimônio.

Al cruzar Avenida Independencia, merece desvelarse unos pasos hacia Paseo Colón para ver el Canto al Trabajo del escultor argentino Rogelio Yrurtia, realizado en 1927. Éste es el bronce más original y ambicioso de todos los que adornan a Buenos Aires. Del otro lado del Paseo se encuentra La Facultad de Ingeniería de La Universidad de Buenos Aires. Quien persiga La huellas de Eva Perón puede llegarse hasta Azopardo 802, sede de La Confederación General del Trabajo donde se guardó el cadáver embalsamado de Eva Perón hasta La caída del régimen.

(2D)

Descrição centrada na história, arquitetura e no valor artístico.

Subiendo La suave barranca costera por La calle Carlos Calvo, en el 257 se verá La Iglesia Danesa, erigida en 1931. En este barrio, otrora contiguo a un desaparecido puerto de ultramar, quedan otros dos templos protestantes erigidos cuando los escandinavos eran pueblos de mar:

La Iglesia Noruega en Ingeniero Huergo 1267 y La Iglesia Sueca en Azopardo 1422. En La cuadra del 300 de Carlos Calvo se suceden algunos de **los restaurantes más tradicionales** del barrio. Hitos del **círculo gastronómico** santelmito son La Casa de Esteban (Defensa 1000), Calle de Ángeles (Chile 318) y La Brigada (Estados Unidos 465). En estos términos, más allá de lo gastronómico, los hitos son El Viejo Almacén (Independencia y Balcarce) y Bar Sur (Estados Unidos y Balcarce). En todos estos lugares a La noche hay que hacer reservas.

(2E)

Ao enfatizar o tradicional traz o valor histórico dos estabelecimentos, mais do que o gastronômico que não é descrito - só dito.

La manzana de Defensa, Estados Unidos, Carlos Calvo y Bolívar es ocupada por el **Mercado de San Telmo**, uno de Los últimos en su tipo que aún existen en La ciudad. A los puestos de productos alimenticios se suman otros de antigüedades y curiosidades, en un espacio vital y simpático **muy frecuentado** en los domingos, cuando La calle Defensa entre Las avenidas San Juan e Independencia se torna **peatonal para que los artistas callejeros puedan desplegar su oficio de estatua, mimo, teatro, marionetas, magia, música y danza a La gorra**, estos últimos siempre en clave de tango, columna sonora del barrio. La pequeña Plaza Dorrego [12] satura toda su superficie con puestos de anticuarios y rarezas donde se puede disfrutar de un inusual paseo: entre La exposición a cielo abierto de objetos, libros, vestidos, vajilla, mapas **y juguetes del pasado**, acompañada de una **atmósfera de tango encantadora**. En La esquina de La Plaza Dorrego, nocturnos tangos íntimos se exhiben bajo el sol público.

(2F)

As feiras e os mercados trazem a descrição dos objetos comercializados e do movimento das práticas artísticas.

En La calle Humberto 1°, a unos pasos de La Plaza Dorrego, se levanta La Iglesia de Nuestra Señora de Belén [13], también llamada Parroquia de San Pedro Telmo, cuyo planteo original fue del ya mencionado arquitecto jesuita Andrés Bianchi y consagrada en 1760; tras La expulsión pasó a los frailes bethlemitas, que plantaron Las dos magnolias que crecen al frente. Enfrente, La Escuela Rawson en un predio donde funcionó La primera escuela de medicina de La ciudad. Retomando La calle Defensa, en el 1179 recórrase el pintoresco Pasaje La Defensa, en una vieja casa na patricia luego transformada en "conventillo" para inmigrantes.

(2G)

História.

Al llegar a Avenida San Juan cabe desviarse unos pasos hasta el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires [14] (Mamba), ubicado en una vieja manufactura de tabacos. El Museo nació en 1956 creado por el crítico Rafael Squirru en base La colección Pirovano (Kandinsky, Matisse, Miró, Klee, Mondrian) y su plato fuerte son Las obras de arte argentino de los '40 a los 60' (Kosice, Maldonado, Lozza, Kemble, Greco, Santantonín, Le Pare, Tomasello y Berni). Al otro lado de La esquina, en calle Defensa, se encuentra el Museo del Cine, que conserva 150 mil documentos, más de 1.200 películas argentinas y trajes usados en los filmes. Para Las amantes del séptimo arte hay proyecciones periódicas de obras clásicas de La cinematografía argentina.

(2H)

Museu apresentado na sua condição histórica e como lugares onde ficam os registros, arquivos, memórias e o acervo artístico (de acordo com a temática).

En domingo, se observará que hasta aquí llega el **flujo turístico extranjero**, mientras que el Parque Lezama alberga a ambos lados de todos sus senderos una simplista pero simpática feria de ropa y baratijas **frecuentada por lugareños**.

(2I)

Feira seus objetos e seus freqüentadores (o fluxo apenas mencionado, não descrito).

Para un alto en el camino, en La esquina de Defensa y Brasil, está el clásico bar Británico (que fue rebautizado Tánico durante La guerra de Malvinas) y unos pasos más abajo, el Restaurante Bar Lezama. La Iglesia Ortodoxa Rusa de La Santísima Trinidad [15], en Brasil 315, fue proyectada por los arquitectos Preobrajenski y Christophersen, financiada con fondos enviados por los zares e inaugurada en 1904, con notables interiores.

(2J)

O Clássico associado a uma observação sobre sua história.

A arquitetura e a história.

En La esquina con Balcarce, en el café El Mirador **se toca blues y jazz** en Las noches de viernes y sábados.

(2K)

Práticas culturais dos artistas de Rua. Quem toca?

El Monumento a Pedro de Mendoza [16], obra del artista argentino Oliva Navarro inaugurada en 1937 consta de una estatua de bronce del hidalgo español (que perdió toda su fortuna en La más desventurada expedición de España al Nuevo Mundo) y a los lados tres relieves: "La fundación de La ciudad" en este lugar y en febrero de 1536, en pos de "el sueño de La Sierra de La Plata" que aniquiló a una flota de mil hombres y 15 naves, de las que sólo se salvó "La Magdalena", última morada del fundador. En Defensa 1600 funciona el Museo Histórico Nacional [17], en una gran casona rosada que perteneció al hacendado patricio que también plantó el parque circundante que lleva su apellido. Al pie de la suave barranca del Parque se destaca un enorme yunque y columna de bronce, el Monumento a La Cordialidad Argentino-Uruguaya [18], obra de los artistas uruguayos Peña y Villamajó, regalo de Montevideo a Buenos Aires para el cuarto Centenario de la primera fundación, en 1936.

(2L)
Descrição histórica e estética (materialidade).

Com exceção da feira de San Telmo e do Mercado, descrição dos elementos com valor arquitetônico, histórico, estético. O tradicional e o clássico remetem à questão histórica. A gastronomia não é descrita e os lugares têm valor pela história e não pelas práticas nesses lugares, visto que essas não são descritas. As manifestações populares são descritas no passado, mesmo quando são regulares no presente.

(3) Audio Guía Movil

Subsecretaría de Turismo de Buenos Aires

Áudios transcritos: **Recoleta**, apresentação particular da Av. Alvear.

La recoleta

El barrio de la recoleta es uno de los más distinguidos e exclusivos de Buenos Aires. Tomo su nombre del convento edificado aquí **en 1706 (1)** por los monjes recoletos, parte de esa construcción **es hoy la sede del Centro Cultural Recoleta (2)** - uno de los principales polos de arte de la ciudad.

(3A)
Contextualização histórica (1).

Funcionalidade atual – os usos institucionais do patrimônio (2).

Dos museos, numerosas galerías dedicadas a la pintura e una feria artesanal de gran nivel completan la destacada oferta cultural de la zona. Así la describe Nora Hochbaum, directora del Centro Cultural Recoleta:

(3B)
Oferta cultural descrita através das instituições. Instituição no sentido de evento ou uso dos locais de forma organizada.

“El **barrio** de la **Recoleta** ha tomado en los últimos años un perfil de **un circuito cultural e turístico** muy importante. Hoy las siete, ocho instituciones más importantes de cultura se encuentran en ese barrio. Se ha formado un circuito donde el público que viene, o el turista que viene, tiene **un recorrido que se ha dado casi de forma natural**, pero que ha marcado un circuito cultural en la ciudad muy, muy fuerte. Yo creo que son un de los **polos culturales claves**”.

(3C)
Descrição abrangente, trazendo a Recoleta como turística em decorrência de sua oferta cultural. Pólo cultural com formação natural - de apropriação local.

La **feria artesanal de la Recoleta** funciona todos los fines de semanas y día feriados en la conocida plaza Francia, cuyo el nombre real es Presidente Alvear. Bajo la organización del museo de la ciudad **los artesanos** ofrecen sus obras en puestos instalados sobre esta barranca. **Los visitantes** pueden encontrar desde de pequeño objetos de arte hasta delicados accesorios para la mujer y valiosas piezas de cerámica.

(3D)
Pressupõe o movimento, mas não o descreve na integralidade no espaço e menos as diferentes temporalidades e expressões. Fixa a descrição na localização espacial e nos elementos comercializados (categorias gerais).

Frente a la Plaza nace la **Avenida Alvear**. Una de las más aristocráticas de la ciudad. Sus **negocios de alta costura**, las elegantes **boutiques** de moda internacional y sus **bares y restaurantes** de gran nivel la convierten en un **paseo único**. Las **fachadas de sus palacios**, con **estilo francés**, le dan un matiz **europeo** que inspira a los más variados **artistas**

(3E)
Descreve a avenida a partir dos seus elementos fixos e sua oferta, partindo de categorias gerais

argentinos.

(restaurantes, butiques, bares, palácios – são elementos que tornam o local atraente para passear, pressupondo o movimento). A estética arquitetônica e os artistas em categorias gerais do código lingüístico. Não traz o restante do movimento.

Avenida Alvear

Aristocráticas residencias de fines del siglo 19 son el marco de esa avenida una de las más distinguidas de toda la ciudad. Trazada en 1885 por iniciativa del intendente Torcuato de Alvear lleva el nombre de su padre, Carlos Maria de Alvear.

(3F)

Contextualização histórica.

Para los porteños, que las conocen simplemente como av. Alvear, su marcada influencia europea es todo un orgullo.

(3G)

Significação local.

Las mansiones tradicionales y los edificios de alto nivel se alternan aquí con boutiques internacionales, de diseñadores como Jorge Armani, Ralph Lauren y muchos otros. El diseñador argentino Benito Fernandez explica la oferta de esa zona:

(3H)

Os fixos, as funções comerciais e os valores internacionais.

“Es un lugar donde el diseño y la moda han tenido un protagonismo muy fuerte y ha sido el centro de atracción de grandes personalidades del mundo. Av. Alvear es sinónimo de sofisticación y aparte en un espacio muy corto uno puede encontrar desde la vanguardia de la moda hasta lo más sofisticado que se hace en Argentina y las marcas internacionales más importantes del mundo que, bueno, están instaladas en la Av. Alvear hace varios años”.

En la esquina de la avenida Alvear y la calle Ayacucho está ubicada una de las máximas expresiones de la hostelería porteña, el hotel Alvear. Construido en 1928 este edificio es símbolo de status. Sus 280 habitaciones, distribuidas en 11 pisos, están decoradas con distintos estilos y con gran confort. Ese hotel mantiene una íntima relación con los eventos de moda, como explica el diseñador Benito Fernandez:

(3I)

Valor histórico e estético.

“El Hotel Alvear ha generado muchas fiestas y muchos eventos, en los que hacían mucho protagonismo a la moda. Toda la sociedad argentina ha tenido casas, ha tenido departamentos. Entonces es como que siempre fue una avenida que representó una un clasicismo que la hizo diferente”.

Apresenta um olhar breve sobre um contexto histórico social da avenida (uma perspectiva sobre as classes sociais, sua dispersão sobre a cidade e relação com a moda e eventos sociais).

Presidentes extranjeros, ministros, diplomáticos y todo tipo de personajes se han alojado aquí a lo largo de los años Antonio Banderas, Corolina Herrera, Sofia Loren y Paloma Picasso fueron alguno de sus huéspedes ilustres.

(3J)

Valor histórico das grandes personalidades.

Además de todo eso, las fiestas y los eventos de la alta sociedad suelen encontrado aquí su escenario predilecto.

(3K)

Descrição breve das apropriações sociais.

(4) Audio Guía Movil

Subsecretaria de Turismo de Buenos Aires

Audios transcritos: **Palermo**, apresentação particular subzona Palermo Hollywood.

Palermo

Al ser Palermo uno de los barrios más extensos de la ciudad, dentro de él se han criado sub-zonas que tienen características distintivas. Palermo Viejo se quedo con la parte signada por la bohemia y la arrabal tango.

(4A)

As características do bairro: múltiplo e boêmio.

Su construcciones son bajas, antiguas, varias de estas ya recicladas y

(4B)

las calles curvas y irreguladas le dando un perfil particular que invita a caminar.

Descrição da materialidade espacial.

Jorge Luis Borges amaba la tranquilidad de esta zona y adoraba también su pasado de compadritos y guapos. Borges conoció aquí a un vecino ilustre, el poeta Evaristo Carriego. Su figura fue una grande fuente inspiración para Borges, quien hasta le dedico un libro. Borges no podría evitar a relacionar a su amigo con el tango y su costumbres fascinantes, tales como el baile entre hombres, que describía de esta manera:

(4C)

Justificativa: a apropriação histórica de Borges, a literatura e o tango.

“yo vivía en el bario de Palermo, Hollywood, justo, como muchas veces parejas de hombres bailando con corte en las esquinas, pero nunca he visto un hombre bailando con una mujer. Porque el pueblo conocía el origen del tango y entonces una mujer no iba querer bailar lo y el compadrito tampoco iba querer. Solamente se bailaba entre hombre, era un momento muy rápido y muy alegre”.

El historiador Eduardo Rafael asegura que la fascinación por este mundo de pasiones tangeras nació en parte de sus propias fantasías, de las cosas que él se imaginaba cuando vivía en Palermo.

“Borges manifiesta la admiración por esas leyendas de guapos que el sabía que existían pero que lo nos podía ver porque estaba cautivo en su casa familiar y su madre no le dejaba andar por esos carnavales, y lo conocía a través de guitarreros”.

Dicen que se el barrio del Palermo cumplió con la misión de inspirar la increíble inspiración de Borges su razón de ser esta más que justificada.

Palermo Hollywood

Ruta gastronómica. Palermo Hollywood es la zona que Palermo ha destinado en los últimos años a la **gastronómica a la vida nocturna y al esparcimiento**.

(4D)

Características das apropriações do espaço no que tange a oferta cultural oferecida (geral).

Le debe su nombre a la gran de productores y canal de televisión que han elegido (1) esta zona para reciclar viejos galpones y convertirlos en estudios, **pero lo mejor** de ese rincón de Buenos Aires es la gran **cantidad de restaurante (2)** que puede encontrarse.

(4E)

Contextualização histórica para compreender o presente (1)... mas o melhor é... a oferta gastronômica e cultural (2). A diversidade da oferta apresentada em categorias gerais, sem as especificidades dos locais ou do movimento.

Bueno, hay desde pizzerías excéntricas hasta locales glamorosos de alta cocina internacional, o étnicas, pasando por mesas donde se sirve parrillas de concepción moderna. Un exponente de la cocina argentina el chef Martiniano Molina explica la importancia de la cultura gastronómica:

“La cocina cumple un papel fundamental en la cultura de los pueblos. Cada pueblo tiene su gastronomía que habla de sus productos de su tierra, de su clima y por eso es tan importante la cultura gastronómica, Sobretudo que se puede conocer la historia de los pueblos a través de la gastronomía”.

(4F)

A gastronomia relacionada à cultura e à história; ao que é local.

A esta oferta se sume los cafés intelectuales con patios descubiertos y techos altos, los bares de hábitos nocturnos siempre despiertos, las discotecas ruidosas y los jardines románticos. Por todo esto caminar por Palermo Hollywood es una delicia tanto de día cuanto de noche.

(4G)

Descreve não a partir do movimento, das pessoas, mas sim da proposta dos locais, o que remete ao que se faz, mas representa mais uma funcionalidade do que a formalidade das práticas, o como se faz.

(4.1) Audio Guía Movil

Subsecretaría de Turismo de Buenos Aires

Áudio transcrito: Madres y abuelas de Plaza de Mayo.

En abril de 1977, 14 madres que habían sufrido el secuestro de sus hijos por parte de la Fuerza de Seguridad de la Dictadura Militar, se reunirán por

(4.1A)

Apresenta a história como

primera vez en el rededor de la Pirámide de Mayo para reclamar por sus vidas.

processualidade. Em tom dramático.

“Yo soy Tati Almeida, Madre de Plaza da Mayo, línea fundadora. Yo tengo tres hijos pero el segundo de mis hijos, Alejandro, tenía 20 años, y en julio de 1975 lo prendieron y desapareció. Un 30 de abril de 1977 van 14 primeras madres, valientes madres, desesperadas madres, van a la plaza a gritar. Pero como había estado de sitio, más de dos personas, tres personas no puedan estar juntos. Fueron 14. Entonces la policía le dijo caminen, caminen, caminen y de donde surge la primera roda al rededor de la Pirámide de Mayo”.

Desde entonces este grupo no cesó de crecer. Cada jueves desde ese momento y hasta el presente se reúnen para pedir por sus hijos. Y los encuentran con su inconfundible paño blanco en la cabeza, cada uno con el nombre del hijo desaparecido bordado. Esto es el símbolo que identifica mundialmente a las mujeres de la Plaza da Mayo. Junto con lo secuestro de hombres y mujeres mayores también desaparecerán sus hijos, niños y bebés nacidos en cautiverios. Para buscar a estos menores desaparecidos, en el 22 de noviembre de 1977 nació la asociación Abuelas de la Plaza de Mayo. Sus objetivos entonces eran encontrar y restituir la identidad de más de 500 chicos, ya ubicaran casi ochenta.

“Ese lugar es para las mujeres sobretodo, pero para los argentinos en general. Ahí nacieron las abuelas, para hacer entender aquejes que estaban gobernando ilícitamente el país que no íbamos a dejar de pedir por nuestros hijos, por nuestro netos y familiares”.

Con sus rondas semanales las madres y abuelas de Plaza de Mayo se convertirán en un símbolo de esta plaza y en un recordatoria de historia de la Argentina reciente”.

(5) Revista Viagem e Turismo – março, 2007

Buenos Aires em Dose Dupla! (Texto - Paulo Vieira) - p.44-64

Buenos Aires em Dose Dupla!

1. Os clássicos Caminito, Recoleta, Obelisco...
2. Os modernos Palermo Viejo, hotéis-butiques...
- 1+2. Os melhores da cidade para iniciantes e iniciados.

As duas Buenos Aires: Uma é a do Caminito, do Obelisco, do alfajor, dos pacotes. A outra é a do Palermo Viejo, San Telmo e... dos portenhos digamos. Um conselho? Fique com as duas.

AS LOJAS SÃO LINDAS, AS RUAS, SEMPRE

simétricas e com quarteirões de exatos 100 metros, idem; há pouquíssimos postes a ferir a paisagem e os prédios seguem um padrão estilístico; placas de rua e até os números das casas são uniformes; come-se bem e bebem-se vinhos excelentes - e não se pagam 10% na hora da conta; táxis não são proibitivos, muito pelo contrário; algumas livrarias são verdadeiros palácios - e alguns palácios viraram hotéis; os ônibus são velhos e poluentes, é verdade, mas estão por toda a parte, sem prejuízo da expansão do metrô e do serviço de trens. Toda uma área da cidade é tomada por parques, e Puerto Madero é um exemplo de recuperação urbana. Sua música típica é complexa. No futebol, até nisso, têm uma habilidade tática inigualável. Há assaltos, como em qualquer lugar do mundo, mas a percepção de violência é baixa. Quer reconhecamos ou não que os portenhos têm uma cidade melhor que as nossas, a hora nunca foi tão propícia: com os preços dos pacotes, das passagens aéreas e a depreciação do peso argentino, conhecer Buenos Aires é levar lebre por gato. Ainda mais quando ela se oferece em duas versões: para iniciados e iniciantes. A seguir, as Buenos Aires que existem dentro de uma só capital.

(5A)

Capa e introdução-contextualização trazendo a tensão entre os atrativos básicos apresentados nos passeios panorâmicos (os city-tours) e a complementação dos demais lugares interessantes da cidade.

BsAs PARA INICIANTES

A primeira vez que vi você : Obelisco, o Caminito, as Galerias Pacífico, o cassino. Bienvenido a Buenos Aires querida das operadoras brasileiras.

(5B)

O básico (para iniciantes): Obelisco, Caminito, Galerias Pacífico, o cassino flutuante, os pacotes turísticos/operadoras.

Você nunca pôs os pés na capital argentina, mas já ouviu *n* vezes que não há nada mais europeu na América do Sul. Sim, é fato. Outro fato é que este é o destino internacional mais em conta para ir. Com nosso real apreciado e o peso deles não, passagens aéreas na casa dos 300 reais (trecho) e uma oferta imensa de pacotes desde 850 reais, viajar a Buenos Aires é coisa para não se pensar muito. Um fim de semana, por que não? Gasta-se pouco em avião, um pouco mais em hotel e quase nada no resto. Restaurantes baratos, passeios baratos, táxis quase de graça. Buenos Aires é a Europa possível, a Paris dos subtropicais, sem o cansaço da viagem, a espoliação do euro, a nóia terrorista. "Bárbaro", como eles dizem, naturalmente. Pouco menos de 400 mil brasileiros estiveram lá em 2006. É verdade que nosso caos aéreo é compartilhado com eles - há uma fila inexplicável na imigração, por exemplo, na hora de entrar ou sair do país. A CVC, maior operadora do Brasil, tem Buenos Aires como seu principal destino internacional desde 2.004 - "Buenos Aires é a Porto Seguro estrangeira", diz Valter Patriani, vice-presidente da CVC. "O sucesso da cidade deve-se ao preço. Não só do pacote, mas o que se gasta lá - comida, táxi, compras, vida noturna."

(5C)

Apresenta os motivos para ir a Buenos trazendo a justificativa do custo-benefício: destino internacional, ares europeus, baixo custo financeiro, câmbio favorável.

Parte dos **pacotes** vendidos no Brasil para este destino de "massa" **não condiz com a sofisticação e a quantidade de atrações** da capital argentina. Eles quase nada incluem; apenas aéreo, traslado, hotel e um *city tour* (uma análise dos pacotes está na página 54). Somos enviados para hotéis no Microcentro ou no Congresso, alguns em estado de debacle, outros em dissintonia com os novos e muito modernos ares da cidade. Ou são velhos e hotelões demais, sem charme (Waldorf, Regis, de Las Naciones; Republica. Napoleon, Facón Grande) ou são caros demais (Four Seasons, Alvear, Sofitel, Hilton). Ficam de fora lindos hotéis-butiques e *guest houses* que dá vontade de morar, em bairros legais como Palermo Viejo e Las Cañitas.

(5D)

Crítica aos pacotes turísticos no que tange a localização dos hotéis (microcentro) e aos pacotes básicos.

Outros lugares: Palermo Viejo e Lãs Camitas.

O CITY TOUR

Sobra então o *city tour*. No caso dos pacotes baratos, ele é chamado de "panorâmico" - e, como sugere o nome, é um pouco superficial. A VT elaborou uma série de dicas para complementar seu *tour* e ajudar você a entender melhor a cidade.

(5E)

O city-tour panorâmico: superficial.

Estive, em fevereiro, num *city tour* da CVC, junto com cerca de 20 brasileiros. Florencia, uma guia simpática e de português bastante aceitável (vez por outra errava a tônica, como em "epidemia") e formada para tal exigência para exercício da profissão na Argentina -, nos recebeu num microônibus na Calle Suipacha.

(5F)

Contextualização.

Estávamos a passos da **Plaza Embajada de Israel**, local onde ficava a embaixada antes de ir aos ares num atentado que deixou 29 mortos em 1992 (dois anos depois, outra entidade judaica seria atacada, e 85 pessoas morreriam). Nada foi dito, talvez para não prejudicar o astral do passeio. Dali, atravessamos a larguíssima **9 de Julio** (a avenida do **Obelisco**) e pegamos a Libertador, em direção aos **bosques de Palermo**, onde está o Jardim Japonês, e, mais à frente, o pequeno e adorável Jardim Botânico. **Vimos da janela gente levando dezenas de cachorros**, um torso do escultor colombiano Fernando Botero, a bonita **Flor de Prata mecânica** (que abre pela manhã e fecha ao anoitecer), o muito famoso **Cemitério da Recoleta**, o **Palais Glasse**, onde o tango, que surgiu nos prostíbulos da cidade na virada do século, foi dançado pela primeira vez pela elite portenha. Ao passar em frente ao **Malba** ("tem 200 peças", disse a guia), o principal museu de arte moderna e contemporânea do país, lembre-se de que ali está o Abaporu, a tela de Tarsila do Amaral que tanta polêmica suscitou ao deixar o Brasil para

(5G)

Atrativos básicos do City-tour: 9 de Julio e o Obelisco; bosques de Palermo; a Flor Mecânica; Cemitério da Recoleta; Palais Glasse; Malba; Plaza de Mayo; Catedral; Casa Rosada; Cabildo; mães de Maio; a busca pelas fotos – foca nos monumentos e prédios pela abordagem histórica e estética, no caso dos bosques o lado natural da cidade, ainda pela unicidade e caráter qualitativo máximo (a única, a maior, a melhor, a principal, o famoso), as mães de maio é o único movimento mencionado, mas

integrar a coleção da instituição: foi a maior negociação da história da arte brasileira.

Se o que se espera, acima de tudo, é **tirar fotos** - e é mesmo essa a regra desse tipo de passeio -, até que chegamos rápido à nossa primeira parada, a **Plaza de Mayo**, onde está a **Casa Rosada**, a **Catedral**, o **Cabildo** (a repartição espanhola nos tempos coloniais) e onde as **Mães de Maio** tributam seus filhos desaparecidos às quintas, à tarde.

Eis o que se passou: a guia apontou para a Catedral (que tem as formas de um templo grego, com 12 colunas clássicas, cada qual representando um apóstolo) e nos deu 15 minutos para conhecê-la. Não nos acompanhou, como a nos dar uma bem-vinda liberdade (**eu, que já havia estado ali, aproveitei para matar meu jejum com um típico café portenho: café com leite e media-lunas**).

Sobre a praça, a guia depois nos disse que foi dali, na segunda fundação da cidade, que Buenos Aires se desenvolveu; que é o lugar onde as pessoas celebram o futebol ou derrubam governos. Ao darmos a volta, localizou na Casa Rosada o famoso balcão onde Evita magnetizava os "descamisados" e chorava pela Argentina.

Saiba que prédios históricos passam por reforma para o bicentenário da Revolução de Maio (que levaria à independência seis anos depois), em 2010, e por isso estão fechados, como o Museu da Casa Rosada, o Cabildo e o Teatro Colón.

carrega um sentido e uma luta histórica do regime ditatorial.

Os elementos não incluídos no pacote básico do city-tour: Plaza Embajada de Israel e os acontecimentos históricos; as práticas locais (passeio com os cachorros); típico café portenho (café com leite e medi-lunas).

Crítica à falta de informações históricas dadas no city-tour.

Para quem pretende retomar outro dia à Plaza, vale conhecer os passeios autoguiados que podem ser lidos (ou ouvidos) no site oficial de turismo de Buenos Aires: bue.gov.ar. Se você alugar um celular, pode ouvir as explicações sobre a praça; se tiver um mp3 player, basta carregar os arquivos de áudio, no site, e ouvi-los durante o passeio.

(5H)

Dica sobre os recursos oferecidos pela subsecretaria de turismo de Buenos Aires.

De volta ao ônibus e tendo que driblar uma manifestação de piqueteiros, outra instituição argentina, seguimos por San Telmo, onde o tango surgiu, em direção à Boca, bairro do famoso clube de futebol Boca Juniors e do Caminito, segunda e última parada.

(5I)

Atrativos Básicos dos city-tour (cont.): San Telmo (valor histórico do Tango); Boca e a Bombonera (famoso); Caminito.

TANGO SOB O SOL

A parada no Caminito foi um pouco mais longa, mas, novamente, sem muita assistência. Não havia ali tanta explicação histórica a ser dada, é verdade. Mas saiba que aquele é um dos epicentros da imigração italiana, fundamental para a colonização da Boca e do país (a Argentina foi, após os Estados Unidos, o país que mais recebeu imigrantes em todas as Américas no começo do século 20). São interessantes os conventillos, casas com pátio interno onde viviam as famílias recém-chegadas que hoje dublam como galerias com lojinhas e ateliês de pintores como o surrealista Roque Menaglio.

(5J)

Novamente, crítica à falta de informações históricas dadas no city-tour.

Valorização da contextualização histórica e a reutilização do patrimônio (os usos).

O Caminito é um playground turístico, e não há como passar os 30 minutos da parada entediado. É preciso driblar os dançarinos de tango que vão propor posar para fotos - ou, melhor, entrar no clima. Conversei com Neri e Yanina, casal de namorados que ganha a vida dançando no Caminito. Ele é técnico em eletrônica e ela, aos 19 anos, vive apenas de sua simpatia nas ruas. Reclamaram da concorrência ("há hoje uns 20 outros casais aqui") e, enquanto falavam comigo, trabalhavam. Yanina aproveitava a fenda imensa de seu vestido vermelho para envolver com sua perna (que naquele modelo e mesmo sob um sol fora de propósito era a mais bonita do mundo) os turistas babões que parávamos ali para as fotos.

(5K)

Caminito – playground turístico (a arte transformada em souvenir e a espetacularização para turista).

Interesse pelo contexto histórico sócio-cultural que levam a determinadas práticas: a dança do Tango no Caminito. Não se limita à estética da dança.

A volta do tour passou à beira do Riachuelo, o rio que nossa guia, num arroubo de sinceridade que conquistou pontos, disse ser um dos mais poluídos do mundo, "junto com o Tietê". Mas logo Víamos Puerto Madero, o bairro conquistado à decrepitude por meio de um incrível projeto urbanístico, com prédios muito bonitos e hotéis luxuosos, como o Faena e o Hilton. Ao término, perguntei para vários casais o que tinham

(5L)

Puerto Madero associado ao projeto arquitetônico e aos prédios – não há uma descrição das práticas, do movimento, da oferta cultural.

achado da experiência - 100% de aprovação, sem ressalvas.

Dois outros "atrativos" são normalmente oferecidos nos pacotes brasileiros a Buenos Aires. O primeiro é um talão com **cupons de desconto para as lojas das Galerias Pacifico**. A galeria do calçadão da calle Florida, famosa pelos afrescos nas abóbadas do teto, não tem o último grito da moda argentina, mas marcas como Yves St Laurent, Tommy Hilfiger e uma loja de acessórios da Ferrari. O melhor é que as lojas fazem parte do sistema Tax Free, e o benefício já se aplica a compras equivalentes a 50 reais. Mas o tal talão de descontos (10%, em geral) consegue-se na recepção, basta pedir.

Outro "atrativo" dos pacotes vendidos aqui é a ida ao cassino Flutuante de Buenos Aires. A entrada contudo, é gratuita, e os pacotes não fornecem o traslado. Aproveite sua ida a Puerto Madero e siga ao cassino. Ele está exatamente sobre o rio, que não faz parte da cidade de Buenos Aires. Ocupa as três andares de um barco, a "Estrella de la Fortuna". Estive naquele ambiente esfumaçado - hoje a lei antifumo é bastante rigorosa por toda Buenos Aires -, de tapetes puídos e 100 mesas de roleta, bacará, dados e máquinas caça-níqueis. Um cassino sem arquitetura imponente, bailarinas de canção ou show com Tony Bennett. Sobra a avidez pela *plata*, sempre um programaço para os brasileiros que lá vão.

O opcional mais comum dos nossos pacotes é um jantar com show de tango, por cerca de 45 dólares (em geral, com vinho inferior). Você pode também contratar esse espetáculo lá - há inúmeras possibilidades, dos mais intimistas Bar Sur e El Viejo Almacén, em San Telmo, aos gigantes La Esquina de Carlos Gardel, em Abasto, ou a Michelangela, também em San Telmo. As casas funcionam diariamente, por isso não se preocupe em reservar com antecedência. Nos grandes shows, o roteiro promove uma espécie de pot-pourri histórico, passeando pela história do gênero desde a época em que era dançado apenas por homens, enquanto esperavam sua vez nas muitas casas de tolerância do porto de Buenos Aires.

Estive no Madero Tango, em Puerto Madero, ambiente moderno e um tanto asséptico, em que a música também tem proeminência. Astor Piazzolla e o tango eletrônico desta década são muito lembrados - e bailados por cinco pares sem afetação e com figurinos despojados. Um dos solistas lembra o Cigano Igor. É bonito o ato em que um casal aparece na platéia contra o vidro que dá para o dique de Puerto Madero (com a Ponte da Mulher, projetada pela espanhol Santiago Calatrava, ao fundo). Uma estética de filme dos anos 80 com Mickey Rourke e saxofones, mas tudo bem.

BsAs PARA INICIADOS

Pra viver um grande amor

Palerma Viejo, San Telmo, Belgrano, Recoleta, Las Cañitas - não se apaixone por Buenos Aires, se for capaz.

(5MM)

Para uma ótima estada em Buenos Aires, ao deixar Ezeiza, o aeroporto internacional a cerca de 30 quilômetros da cidade, tudo o que você precisa dizer ao taxista (ou o motorista do seu "remis") é "**Palermo Viejo**" o bairro, limitado pelas avenidas Santa Fé, Scalabrini Ortiz, Dorrego e Córdoba, é possivelmente o conjunto de quarteirões mais legal do mundo. Lower East Side? Chelsea? Alfama? Marais? Ipanema? Quadrado e Invasão?

É difícil achar uma reunião **mais bacana** de quadras simétricas e planas que a desse distrito portenho, onde ficam os **melhores** hotéis-boutiques, restaurantes, bares-restaurantes, cafés, livrarias, brechós, papelarias, galerias de arte da capital argentina.

(5N)

- A atratividade do bairro Palermo Viejo: quadras simétricas, o complexo de ruas, hotéis-boutiques, restaurantes, bares-restaurantes, cafés, livrarias, papelarias, galerias de arte. Menciona lugares em categorias gerais e sem adentrar as práticas.

- Traz a maximização que torna imperdível, único (mais, melhor).

- Descrição através das reminiscências das vivências outras cidades, outros lugares.

Se você tem apenas dois dias na cidade, não hesite em gastá-los

(5O)

(5M)

Atrativos básicos (complemento): Galerias Pacifico e Cassino Flutuante.

Descreve as vantagens comerciais do cupom oferecido.

Descreve a ambiência por meio da apresentação dos elementos materiais e suas formas. A descrição traz imagens das práticas através da ambiência (esfumaçado, os jogos), mas não realiza a descrição do fluxo.

Atrativo básico opcional: show em uma casa de Tango (espetáculo, teatro e história).

Retoma o Puerto Madero: descreve um cenário que engloba sujeitos específicos (não comuns), memórias, estética, sons inseridos na paisagem (uma descrição complexa, envolvendo sujeitos, trajes, contextos e ambiências).

na **Calle Honduras**, com incursões à vizinha El Salvador e às transversais Malabia, Armenia, Gurruchaga, Borges e Thames. E, no sábado, curta as barracas de antiguidades e design no entorno da Plazoleta Cortázar.

A atratividade das ruas, avenidas, travessas e praças: os caminhos. As antiguidades.

Palermo Viejo é um lugar abençoado pelo deus Cool. Com poucas exceções - como em sua subdivisão "Soho", onde se instalou, por exemplo, uma novíssima loja da Diesel -, **todo mundo de alguma forma está na moda**, talvez por não fazer qualquer esforço para isso.

Dos **sabonetes artesanais** e coloridos da Sabater - verdadeiros objetos de design -, um negócio que passa de pai para filho e hoje tem filial em Barcelona, aos bichos de papel machê da Nomeolvides, há ali, sem forçar a conta, muitas dezenas de lugares onde vale a pena deixar-se ficar por algum tempo.

O bairro epitomiza o **melhor** de Buenos Aires. Há restaurantes de **comida fusion** de **sabores irreproduzíveis** (e ambientação terrivelmente descuidada), como o Sudestada, e **parrillas tradicionais**, como a do Clube Eros, um dos lugares mais baratos de toda Buenos Aires; **diversos cafés** com internet wi-fi, **como o Bar 6** - com ou sem notebook, vale experimentar os cereais do café-da-manhã dali -, e **lindas livrarias** com cozinha de autor na hora do almoço, como a **Eterna Cadencia**; bares com sofás dispostos na calçada e floriculturas como a **Savia**, de Ariel Montagnoli, para quem o que importa mesmo é mostrar a "beleza das plantas mortas" e ensinar aos clientes "o ciclo de vida" das flores.

(5P)

A atratividade de Palermo Viejo (cont.): o movimento e a moda (os trajes); o artesanato; os lugares para passar um tempo.

Traz novamente a maximização (o melhor) e a unicidade (irreproduzíveis).

Evidencia a atratividade dos lugares (antes mencionados através de categorias gerais, restaurantes, bares...) e, agora, adentra nas especificidades da gastronomia diversa, na descrição da ambiência de determinados lugares e dos sujeitos locais e seus pensamentos. Passa do geral para o específico.

Por todos os lados, **vielãs e ruas** estão cheias de **lojas de objetos de arte** ou supostamente isso, **como as garrafas** de uma lojinha na Passaje Russel, ou as brincadeiras conceituais da Objetos Encontrados, na Thames - a loja é tão pequena que é nos bancos do recuo da calçada que **os artistas/vendedores dividem a cuia de mate**, as garrafas de vinho e o violão com os visitantes.

À noite, as casas do bairro entram sem dificuldade alguma pela madrugada, caso do delicioso **Arcabar**, repleto de jogos de estratégia (informação útil; o War argentino chama-se TEG, e o tabuleiro tem territórios diferentes do nosso, como Kamehatka - daí o nome do lindo filme Kamchatka, com o pop star argentino Ricardo).

(5Q)

Inicia com uma descrição idealizada da rua. A faz através de categorias gerais e na exemplificação vai adentrando e desvendo as especificidades dos lugares desses caminhos: as ruas e as vielãs de Palermo.

As especificidades descritas são os objetos e os sujeitos que os envolvem com suas praticas

Diferentemente dos bares no Brasil, onde é a frequência que os torna interessantes, o nível dos de Palermo é alto já de fábrica; você topa com ótimas cervejas artesanais, por exemplo, na Cerveceria Clandestina, ou com um rodízio de uísques especiais (ou vodca) com direito a boa cozinha no 878 (aqui não há placa na rua: é preciso tocar a campainha). E isso porque não se falará aqui de vinho - deixemo-lo para Mendoza (veja reportagem na pág. 72).

(5R)

Comparação à realidade brasileira, lembrando que a revista é de abrangência nacional.

Valor da atratividade no artesanal.

Na madrugada bombam bares como o Kim y Novak, um desses lugares em que os Stones cogitariam dar um pocket-show surpresa, caso conseguissem convencer o proprietário. Em todos os restaurantes, onde um ótimo menu do dia com vinho custa 12 dólares, você é atendido por garçonetes lindas e tatuadas (uma revista americana, usando uma referência démodé, chamou-as de Gabriela Sabatini), que não lhe cobram a taxa de serviço.

(5S)

Custo-benefício e as peculiaridades dos locais.

É difícil conseguir se hospedar em Palermo Viejo. Os hotéis-butique BoBo, Malabia 1515, Krista, Five e Home, este com sua piscina hiperhypedada, estão sempre cheios, especialmente porque a cidade e o bairro não saem mais da mídia especializada internacional (duas matérias no jornal New York Times, por exemplo, apenas em janeiro). Pode-se tentar os que vão brotando na pequena Las Cañitas - bairro com alma de Palermo para o lado de Belgrano -, como o 248 Finisterra. Outra alternativa é alugar um apartamento mobiliado. Eu e o fotógrafo Fablo de Sousa ficamos num desses por dez dias para a apuração desta reportagem. Era um estúdio novo e funcional, com ótima cobertura wi-fi e

(5T)

A atratividade das hospedagens alternativas, no sentido daquelas que fogem da rota básica dos city-tours (o microcentro). O que remete a uma atratividade dispersa pela cidade e pelos seus bairros, não mais centralizada no centro histórico, mas em outros centros culturais recentes, os micro-sites de

direito de uso de um celular pré-pago, tudo por 38 dólares ao dia, acertados com uma agência especializada da internet, a HomesBa (homesba.com). Mas fique atento, que, como nos lançamentos imobiliários do Brasil, os bairros têm seus limites estendidos inadvertidamente. Eu pensava que iria me hospedar em Belgrano, nas vizinhanças de Palermo, mas acabei em Nuñez, uns 2 quilômetros adiante; da mesma forma, um outro apart-hotel que me interessou em "Palermo" ficava na verdade em Villa Crespo, a extensão de Palermo a oeste da Córdoba. Pena que esse tipo de negócio, em expansão na Argentina, não se aplique muito bem para uma estada curta.

atração turística.

E vale muito ir a Buenos Aires mesmo num fim de semana. Com a proximidade da Argentina e a força do real perante o peso, não há lugar no mundo de melhor custo/benefício para os brasileiros. Bares e restaurantes baratos, lojas excelentes, táxis quase de graça - atravessasse toda a cidade por 10 dólares e uma corrida de Belgrano ao Centro sai por 6 (o metrô ou os ônibus coloridos, caso queira fazer antropologia, ficam em 25 centavos de dólar). Só não seja muito exigente com a manutenção dos carros: há em circulação muitos táxis velhos e barulhentos que jamais ouviram falar de ar-condicionado; mas no banco da frente vai gente boa, como Mario Palazzo, um respeitável senhor, entusiasta de Roberto Carlos, com quem improvisei um dueto em plena Avenida Cabildo.

(5U)

Custo-benefício.

Facilidade de locomoção.

Por mais barato que sejam os táxis, saiba que caminhar na cidade é um grande prazer, seja nos parques, seja nos quarteirões sempre planos (diz-se que só há quatro elevações em toda Buenos Aires, as chamadas "barrancas"). Uma delas, que se tornou um pequeno parque, está em Belgrano, com direito até a coreto, onde velhinhos costumam dançar tango mesmo sob o calor africano de verão. Ali é onde a Calle La Pampa cruza a linha do trem, que todos chamam de "Via". Por isso, caso você ouça algum portenho falar que ficou "pampa y via", você já sabe, primeiro, onde a esquina se localiza. E sabe agora também que a expressão significa ficar "liso" - sem grana - em lunfardo, a gíria boêmia, muito usada nas letras de tango. É que, décadas atrás, funcionava naquela confluência uma roleta: as pessoas perdiam seu dinheiro e pediam para os amigos os resgatarem ali, na "Pampa y Via".

(5V)

O prazer de caminhar e descobrir as apropriações locais e ver e estar nos locais resignificados pela população local.

Mais do que viver uma fantástica retomada da terrível crise de 2001, com taxas de crescimento chinesas (9%, em média, ao ano), a Argentina é hoje o case turístico. Buenos Aires recebe anualmente milhões de estrangeiros, e capricha na estrutura - este ano, por exemplo, verá surgir o primeiro hotel cinco-estrelas da América Latina focado no público gay.

(5W)

A cidade associada à crise e a recuperação.

Bairros como San Telmo, onde aos domingos acontece a famosa feira de antiguidades com direito a milonga (bailes abertos de tango) no meio da noite -, são cenários para a proliferação -guest bouses, hotéis bed and breakfast e hostels poderiam estar no Mitte, o distrito mais pujante de Berlim.

(5X)

Comparação com outras cidades. As Antiguidades.

A municipalidade também faz sua arte. São exemplares os tours gratuitos por bairros e parques. Particpei de um lá mesmo, em San Telmo, numa sexta, com explicações sobre a arquitetura típica imigrante, informações sobre ex-modores ilustres (como o Quino, o "pai" da Mal:la), e algo de cultura geral - entregue, foi ai que rendi meus primeiros rudimentos de lunfardo.

(5Z)

Critica os city-tours, mas se mantém na rota dos produtores do turismo que privilegia uma leitura da arquitetura e da história daquelas edificações.

Os empresários locais também capricham. O Boca Juniors, o mais popular clube de futebol argentino, onde Maradona despontou para o mundo, tem um tom invejável pelas dependências do seu mítico estádio La Bombonera e clube. Seu museu um banho em qualquer um dos brasileiros. A história do clube é mostrada num lindo painel de fotos e num set de monitores de TV em 360 graus. Emocionante entrar em campo com o time principal, ouvindo a aclamação da hinchada (a torcida), seguindo uma câmera subjetiva de arrepiar.

(5AA)

A atratividade dos esportes e dos museus temáticos dos clubes.

Pertinho do Boca, do Caminito e do ótimo restaurante El Obrero, querido do cineasta Wm Wrens e do Bono, fica Puerto Madero, o mais bem-sucedido projeto de reurbanização da cidade. Pode-se chiar que a região roubada ao Prata foi entregue aos tubarões - os hotéis Hilton e O bellissimo Fae, com sua atmosfera fin-de-siecle 20, têm diárias altas, e os restaurantes, como o Cabanas Las Lilas, grupo brasileiro Rubaiyat, estão entre os mais caros da cidade.

Mas mesmo ai há espaço para uma reserva ecológica (cujos lagos estavam muito secos verão) pública e, junto do cartão-postal que é a Ponte da Mulher, desponta um comedor. Trata-se de 1 quiosque de comida simples, comandado pelo agitador profissional Raul Castells, que prevê refeições de graça aos necessitados. "Lutamos por uma Argentina onde os cachorros dos ricos deixem de ficar mais bem alimentados que os filhos dos pobres", eis o slogan do estabelecimento.

É improvável que essa luta tenha, ao final, bom termo. Se a pobreza bonarense não tem a indecente escala brasileira, é bem verdade que carroceiros reviram o lixo (que não é separado) por todos os lados, à noite; que favelas marcam a periferia da cidade, e que a cumbia villera, adaptação do ritmo dançante colombiano a uma temática gangsta, um dia pode acabar com a hegemonia atávica do tango até entre a classe média. Por outro lado, os perros, levados a passear em grupos de dez, até 15, por profissionais contratados, parecem mesmo muito saudáveis em seus tours pelas ruas elegantes da Recoleta.

(5AB)

Apresenta os contrastes dos espaços, no sentido do movimento e dos tons de expressão que ali circulam.

Não resume a descrição no glamour dos elementos voltados para o turismo, mas traz a toma uma visão crítica sobre as demais realidades que circulam, se apropriam e conformam o espaço.

É na Recoleta onde estão hotéis de luxo, como o novo Park Hyatt, que restaurou e ocupou uma mansão secular - a imensa casa vizinha permanece "autóctone", habitada por uma única senhora -, que a viagem pode ganhar um arremate perfeito.

O cemitério homônimo está para Buenos Aires assim como o Pere Lachaise para Paris: há tantos ilustres ali que os tours guiados ignoram solenemente túmulos até de pais da pátria. É o caso do ex-presidente Domingo Sarmiento, que dirigiu o país na década de 1860, mandou pintar de rosa a Casa Rosada e deu enorme impulso ao ensino público (diz-se que todas as cidades argentinas têm ao menos uma escola com o nome de sua mãe, Paula Albarracín de Sarmiento). Mas há duas "estrelas" inescapáveis no tour do Recoleta, Rufina Carnhaceres, que morreu no dia de seu aniversário de 19 anos e que, para muitos, foi enterrada viva - ela teria sofrido apenas uma crise de catalepsia, o que suas mãos e rosto arruados na luta pela própria vida dentro da sepultura evidenciariam; e, claro, Eva Duarte Perón, Evita, a primeira-dama que morreu de câncer aos 33 anos, em 1952, e cujo jazigo é simples demais para a adoração messiânica que desperta - e para a epopéia que foi resgatar seus restos mortais.

Se a vida de Evita deu filmes, a luta por seus despojos deu livros (Santa Evita, de Tomás Ejoy Martínez, entre outros). Seus restos só voltaram à Argentina nos anos 70, pelas mãos dos guerrilheiros Montoneros, que, para tal, seqüestraram os despojos de Pedro Aramburu, o militar que apeou Juan Domingo Péron do poder em 1955. Foram frenéticas trocas de esconderijo e fugas improváveis até que conseguissem trocar o que sobrou de Aramburu pelos restos de Evita.

(5AC)

A estrutura turística convivendo/inserida com o cotidiano local.

O cemitério da Recoleta: enfatizando mais a questão histórica

Numa calle elegante da vizinhança, refletindo depois sobre a intrincada e dramática história do país, você talvez chegue à conclusão de que sua relação com Buenos Aires está apenas começando.

(5AD)

Traz a forma de se inserir na cidade (calle) e pensar sobre ela através da crise (sempre relacionada). Traz o sentimento sobre a complexidade e diversidade de Buenos Aires

O discurso, como o próprio título da reportagem incita, gira em torno de uma crítica sobre a superficialidade dos pacotes turísticos em relação à diversidade das condições complexas da cidade de Buenos Aires. Não contrapõe o que é compreendido como turístico e o que não é, pois admira os passeios, as dicas e as leituras oferecidas pela Subsecretaria de Turismo de Buenos Aires. Quando menciona os elementos que atraem sempre faz alusão ao caráter histórico e às características peculiares, buscando sempre a unicidade ou a impossibilidade de comparação do que está apresentado. O que, de certa forma, nesse sentido, não vem a romper com a lógica daquilo que admitido como turístico. Porém, apresenta um olhar ampliado sobre a cidade, demonstrando interesse sobre o contexto histórico, social, cultural e político. Além de apresentar descrições mais literárias dos

locais e dos sujeitos – os quais foram descritos pontualmente nos demais materiais analisados até aqui.

(6) Ana

Faixa etária: 50 - 60 anos.

Formação: bióloga e funcionária pública.

Entrevista realizada na residência da entrevistada.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

Eu gostei muito daquela feira de San Telmo. Tem muitos antiquários. A feira fica no domingo. É muito interessante. Éramos umas cinco, mas nós nos dispersamos e eu fui a última a aparecer. Mas tem tudo, tudo que tu possas imaginar. Desde pessoas se apresentando, como palhaços, em uma praça bem grande. Só no domingo. É muito interessante. Tem de tudo, tudo, tudo... que tu possa imaginar. Eu não me lembro assim, mas eu lembro de algumas coisas que eu vi: de aquários, móveis... aqui nós temos o Brique da Redenção, mas em coisas diferentes é muito superior. Talvez nem se compara, né? Coisas antigas, até coisas mais novas, mas só antiguidades, assim, que tu fica de boca aberta. Foi uma das coisas que eu mais gostei.

(6A)
Descreve a feira de San Telmo através das instâncias materiais (as antiguidades e a praça bem grande) e através do movimento (os artistas de rua).

Comparação com Porto Alegre.

A primeira vez eu fui. Fui sozinha, foi em noventa, acho que foi. Aí eu fiquei no centro, num hotel. **Daí de madrugada esse povo todo saía a passear. Aí eu digo: eu vou também.** Dei umas voltas lá. Tinha muitas livrarias abertas. Daí o pessoal do hotel dizia: não, pode ir tranquila, só não mostra a bolsa. Daí eu me lembro que eu sai com a pochete aqui na frente. Aí eu fui em diversas livrarias, pra cá e pra lá. Acho que eu fiquei até às três da manhã. Era muito interessante.

(6B)
A experiência de fazer o que as pessoas do local fazem, praticar suas práticas e os lugares praticados: as livrarias.

Aí lá eu até encontrei umas gaúchas, professoras, passeando... Lá eu encontrei uma professora chamada Vanda que só falava em espanhol comigo. Ela não percebeu que eu era brasileira.

Naquela vez, eu tinha um passeio para ir nas tais ilhas, lá por perto. Daí eu digo: **ai, não vou, vou dar uma volta na cidade. Daí fui no tal do obelisco, eu queria ir no tal de cemitério...**

(6C)
Dar uma volta para conhecer. O interesse pelo Cemitério da Recoleta e pelo Obelisco.

Claro, eu fui três vezes, mas todas as vezes foi rapidinho, dois dias no máximo. Mas não dá para fazer muita coisa. Tu vai em lugar tu demora, vai em outro tu demora...

E tu conheceu lugares diferentes nessas vezes?

Repetidos foi: aquele bairro onde tem as casas feitas de madeira, tudo de maneira, coloridinho. No **El Caminito**. Aquele lugar eu fui duas vezes. Eles recuperaram mais, na segunda vez tava mais arrumadinho. Mas ele era pequenininho, né? Pelo menos eu achei, pela **propagaaaanda** que eles fizeram... mas eu achei assim [dizendo que era pequeno].

(6D)
Atrativo turístico: a relação do Caminito com a propaganda; das apresentações de Tango no Caminito para os turistas.

Lá tinha muitas pessoas pintando seus quadros. **Essa coisa assim que a gente encontra no nosso centro de Porto Alegre.** Tinham uns casais que estavam dançando, mas fazendo a apresentação deles para os turistas.

Comparação com Porto Alegre.

Na última vez já tinha mais problemas, assim, não podia andar de madrugada. Agora não é mais assim, sair qualquer hora, qualquer lugar.

(6E)
As transformações na segurança da cidade.

Ah... **no cemitério**. Para ir no tal do cemitério foi um sacrifício. A gente andou, andou, andou, eu e outra, a Vera. A gente foi e quando a gente viu a gente tinha chegado no cemitério, porque não era fechado. Daí eu achei, será que é esse o cemitério mesmo? Era cemitério, mas será que era esse? Mas se ele tem um valor assim, por metro quadrado é um dos mais caros do mundo, como é que está aberto assim? Que entra e sai qualquer um... Nós procuramos o túmulo da Evita e não achamos, mas tinha muitos assim: um de mármore preta, outro de mármore mais clara, um de não sei que produto, outro não sei de que pedra. Um quer ser melhor do que o outro

(6F)
O valor do cemitério relacionado à história e à arte cemiterial.

né? Interessante, claro. Só não sei por que o mais caro do mundo?! **Pelo valor histórico né?** Acredito. Eu não me lembro de muito... como não tinha movimento nenhum a gente ficou com receio de ficar andando de lá para cá, daí a gente voltou para o hotel.

Ah, outra coisa. Duas vezes a gente foi para conhecer o teatro, aquele, o Colón. Mas nunca estava aberto aquilo. A gente foi a **catedral**, eu me lembro, que é pertinho daquela **Casa Rosada**, que **eles fazem muita propaganda**. Quando a gente foi tentar ver as duas o teatro Colón vez foi com a excursão.

Quando **eu fui sozinha** eu já fiz menos coisas, **eu já caminhei mais por uma coisa e outra, pelas lojas do centro**. Eu estava em um hotel no centro na Rua Florida. Então tinha muitas lojas, e tal, e eu queria comprar roupas. Tem muitos cafés, tem... até naquela praça de San Telmo parece que tem diversos teatros. Só que não dá para entrar, os horários não coincidiam, tinha que ser horário que tivesse apresentação de alguma peça.

Voltando àquela **Casa Rosada**, aquilo que aparece nas fotos ali. **Eles fazem muitas propagandas. A Catedral também...**

(6G)

As diferentes experiências.

Com a excursão, os pontos turísticos (fazem muita propaganda, aquilo que aparece nas fotos): faz mais coisas; Colón; Casa Rosada; a Catedral.

Sozinha: caminhar para conhecer, por entre uma coisa e outra; observou as lojas, os cafés, os teatros e a dispersão dos fluxos urbanos (os horários).

Deixa eu ver o que mais. Aquele bairro dos cafés, aquele eu acho que fui duas vezes. A primeira vez que eu fui era mais simples. Tem uma praça bem grande, um largo, uma praça que não é muito praça, que tem um pouquinho de verde só. Um pouquinho antes, quando a gente entra assim... Na primeira vez tinha poucos cafés, depois tinha mais, uns de um jeito e outros de outro. Quando a gente foi não tinha muito movimento, até aberto tava, mas não tinha movimento e a gente não sabia o que que era ali. Não muito grande, **pela propaganda que eles fazem parece que é uma coisa assimm...** Eu sei que tem muito mais propaganda do que o que realmente é... eu esperava melhor.

(6H)

A busca da descrição da Recoleta e a ligação com a propaganda turística.

Percebe o movimento no local.

Como é que tu imaginava?

Fora aquela feira de San Telmo.. deixa eu ver que mais, outra coisa que eu gostei. Ah, da livrarias, que tem muitas até hoje.

Da outra vez que eu fui eu fui caminhando até aquele obelisco. Nós queríamos ir na praça de Mayo, mas não deu para ir. Só sei que, **as notícias que a gente ouve**, que desce mil oitocentos e pouco que tem essa **história da praça de Mayo** para se libertar da Espanha. Porque é uma coisa bem... específica... **que eu me lembro que eles falaram. No passeio eles já dão um papelzinho, assim...** Eu fui também naquele Rio que parece que agora está restaurado. No Porto, mas o cheirinho não era muito bom. Aquilo é muito bonito. Se está restaurado hoje deve estar muito bonito.

E o Caminito?

Gostei muito. Até em um outro passeio, andando, tinha um local que tinha algumas casas como aquelas. Com um pouco de diferença. Que mais? Vamos ver...

(6I)

O valor turístico produzido pelos produtores do turismo (a propaganda): a história da Praça de Maio e o Obelisco.

E os cafés?

Na primeira vez eu entrei em três livrarias, daí eu me cansei e fui embora. Nós cafés eu fui em dois. Eu fui num em um dia e no outro dia em outro. **Caminhei muito**, pra lá e para cá naquele centro ali. Não me lembro o nome da rua, para baixa do Florida.

E... Eu me lembro do bairro aquele que tem o estádio, mas a gente só passou, no bairro de La Boca. **Ah, mas que tanta coisa que eu vi lá que eu não estou lembrando agora...**

Experiência sozinha: possibilidade de caminhar muito, a descoberta das livrarias e dos cafés.

Mistura de lembranças.

[fala sobre os demais destinos que visitou na Argentina e no Uruguai]
Mas, eu gostaria de saber se tu tens interesse em voltar em Buenos Aires?

Eu voltaria claro. Só ia tomar cuidado com a operadora.

(6J)

O que tu esperava de Buenos Aires ou era só uma passagem?

Foi uma passagem, mas para aproveitar. Claro eu vi... a parte da Argentina que eu me lembre assim é característico deles. **Essa coisa que me interessa assim de saber como são, como vivem, o lado cultural, eles também pobreza.** Tem de tudo né? **Mas eles sabem fazer propaganda né? Queriam conhecer esse aspecto global.**

Interesse pelas práticas e pela cultura local.

E a tua impressão no geral da cidade?

Ah eu achei legal, achei boa. **Porque eles têm os problemas que tiveram com esses governos todos.** Eu acho que aparece que o povo é um povo simples, também. Grandes expectativas eu não preparei, fui para ver como é que são. Tem que saber que nos domingos em todas as cidades, tudo pára.

A cidade e a crise.

É um discurso bastante fragmentado, no sentido de que as demarcações das diferentes experiências estão obscurecidas devido à mescla das recordações. Fica, então, o desafio de tecer esses recortes da memória no espaço e nos diferentes tempos.

Após a entrevista me comentou que sempre fica classificando as árvores, pois é bióloga, mas não comentou porque achava que eu queria ouvir sobre turismo. Começou a me contar então sobre as plantas, dizendo que as espécies exóticas que existem no Brasil existem espalhadas pela Argentina.

Portanto, agora entendendo o motivo pelo qual seu discurso traz diversas vezes a questão da propaganda e os elementos que através dela são colocados em destaque na cidade, assim como os motivos pelos quais são exaltados. Com exceção das livrarias e da feira de San Telmo, dos quais gostou muito, os demais lugares sempre remetem à questão acerca da propaganda e por isso, nessa relação, foi possível identificar que se tratava da publicidade turística e dos atrativos turísticos.

(7) Carolina

Faixa etária: 20 – 30 anos.

Formação: estudante de Biologia.

Entrevista realizada na PUCRS, no final da tarde, após o término das disciplinas. Tem parentesco com José E.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

Contextualização.

(7A)

Sou estudante de biologia aqui na PUC e eu fui o ano passado em julho para Buenos Aires, com meus pais.

Ahmmm daí a gente foi numa... nuns dias assim que acho que para turismo assim não é muito legal, a gente foi mais dia de semana, eu não me lembro assim o pacote, acho que é uns quatro dias, mas a gente pegou acho domingo segunda terça quarta e quinta. E acho que é legal, tipo, ir na quarta quinta feira, porque é que nem aqui acho, o pessoal começa a sair para a noite no final da semana, né?! Não vi muitos jovens, sabe? por causa acho disso, né? não era dia de sair.

Fluxo urbano e a dispersão cotidiana.

(7B)

E a gente pegou uma semana muito fria, assim oh. Sabe? Muito fria! Que aqui tava muito frio em porto alegre. E aí agente não conseguia nem caminhar na rua. Sabe? era assim, oh. Meus pais já tinham ido para lá. E eles ah, vamos levar a Carol em tal lugar em tal lugar. E aí eles me levavam... naquela feira de San Telmo, né? Que é no domingo eu acho...

O tempo e a impossibilidade de estar na rua.

(7C)

Que foi bem quando vocês chegaram?

É... foi no final de semana e era início de semana. E a gente foi para lá e tava frio, sabe aquele coisa assim: tu olhava e ahrrrrmmm (expressão sonora de frio) que legal... mas sabe? não dava para ficar na rua... tinha a feirinha, mas, todo mundo com frio, tinha gente, né? e às vezes tinha um pouco de sol e aí os cafés né? Direto, assim. Acho que agente tomava uns cinco cafés por dia, né?

Os cafés como alternativa ao frio, mas também interessantes.

E aí tu curtiu bastante os cafés?

Eu curti muito os cafés, achei bem legal, **bem ahm... rústico, várias decorações bonitas**, só que não tem esse lado natural né? De beleza natural né?

O Gap na tentativa de categorização.

(7D)

A mediação profissional e a

Porque tu que é da biologia tu te identifica bastante, né?
 É eu estava acostumada a ir a lugares assim para lugares mais praia climas diferentes... E eu queria tirar uma foto assim, porque eu gosto muito de tirar foto, de paisagens assim.

busca pela natureza.

E as paisagens construídas, no caso mais né?

É... os prédios, as praças, assim, bonitas **que eles vão**, assim, para as praças, né? **tomar sol**...

A percepção das práticas locais.

(7E)

E nesses dias acho que não tinha muita gente né?

Não, tanto que a gente se tocava no shopping, sabe? Daí o programa era assim: ah hoje de tarde então vamos para tal shopping. E todos os shoppings têm as mesmas lojas. A decoração dos shoppings é maravilhosa, assim né?

Os Shoppings – alternativa ao frio.

É parecida com as daqui?

Não, É mais luxuoso que os daqui, Bah, é um... tem o Patiburish, Patbush, não sei o nome direito... que é perto da estação de metrô, que é lindo... só que todos os shoppings tem as mesma lojas, que aqui, por exemplo, em porto alegre é um pouco diferente.

Comparação com Porto Alegre.

(7F)

E daí vocês nem puderam caminhar pela Recoleta...

É a gente foi ali, caminhamos um pouco... tem uma praça ali... Daí achei super bonito.

A descoberta dos interiores, descrição das práticas locais e do local. Gap.

Não me lembro o dia que foi certo, faz tanto tempo isso, a gente foi num bairro que é de barzinho... é hollywood... Palermo Hollywood, Palermo Soho...

E ali parece mais para jovem, era ahmmm bem ahmmm ... mais o nosso chão, assim, de... não tinha tanto luxo, assim... a gente foi num bar nesse Palermo Hollywood, acho que foi, que era muito bacana. Que era tipo um, um, um, como é que chama, uma casa de antiguidades, que vende. Era para conversar... Era assim oh, tudo colorido, de joguinhos de quebra cabeça, de... para ti passar o tempo, assim, com teus amigos... só que era cheio de coisa pendurada por tudo, assim, e colorido, sabe? Era.. muito engraçado.

Identificação no que tange a faixa etária – o que os jovens de lá fazem, aonde eles vão.

E tu tirou bastante foto daí?

Só que eles não deixavam tirar fotos lá dentro. Nem dos cardápios, porque era tudo super diferente. Daí eu tirei escondido umas fotos.

E tinha bastante turista neste lugar?

Não acho que era mais os Argentinos, dali mesmo...

(7FF)

A gente foi também no Tigre, daí tu pega o metrô e passa por vários bairros que é bem de casas, e depois tu chega no fim da estação que é no tigre, que é um parque eu acho... eu não sei, é que meus pais nunca tinha ido e a gente ficou meio perdido. Não sei se tinha alguma coisa para fazer e gente não sabia. A gente ficou com uma expectativa, chegou e não...

O Tigre.

(7G)

Mas eu achei bacana a cidade, mas a minha mãe disse: ah a gente não se ligou isso dos dias. A gente tinha que ter ido para aproveitar o fim da semana e aproveitar o final de semana. Não precisa ficar lá no domingo.

A dispersão cotidiana do fluxo.

(7H)

Daí vocês fizeram mais atividades dentro do que na rua?

É a gente foi em restaurantes maravilhosos. Meus pais adoram comer bem. Lá no Puerto Madero. Muito bom, assim. A Cerveja, meu pai que é especialista não curtiu muito. Porque só tem a Quilmes. E eles estão acostumados a tomar vinho. Mas eu achei o preço dos vinhos bem acessíveis.

Os restaurantes do Puerto Madero.

(7I)

[fala sobre o país que fez o pós e que seria interessante entrevistá-lo]

E daí vocês foram com pacote né?

É da CVC.

Tinha só o city tour?

É... que a gente fez no último dia, que a gente passou pela casa rosada. Eles nos deixaram na praça da Casa Rosada, que tem a igreja... a catedral, eu acho que é... que tem umas embaixadas... É muito bonito, eles

City-tour, rápido, efêmero, lapso de memória sobre os lugares visitados e sobre as informações passadas, a praça da Casa Rosada, as Embaixadas.

(7J)

tem uma colonização da Espanha, Européia. Muito rica. Achei seguro. Barátíssimo.

Andaram bastante de táxi metrô?

(7K)

Táxi. Metrô. De ônibus não. Eu achei bem suja a cidade... Tinha esquinas assim, que eu não sei se era porque o lixeiro ia passar, que eles deixavam uma montoeira de lixo, assim oh [demonstração de quantidade], mas era uma montoeira que tu tinha que ir para o meio da rua para passar. E os carros batidos na rua, eles deixavam o carro batido... chamava atenção. Os caras fumando, jogavam o cigarro na rua.

A percepção sobre a cidade e sobre as práticas dos portenhos.

E o que tu achou dos portenhos?

Não tive muitos contatos com eles, mas assim: nos restaurantes eles são bem receptivos com os turistas. Atendem bem, são bem eficazes. Até para ti entender né?

E do city tour, eles pararam deixaram vocês e depois pegaram?

(7L)

Éh... eles deram umas voltas na quadra, foi super-rápido.

City-tour, rápido, efêmero.

Não foram no caminito?

(7M)

Não... a gente foi por conta própria. Mentira! agora me lembrei, a gente tinha ido no Caminito antes né? Meu pai minha mãe nos levaram. Achei lindo, achei muito legal aquelas casas. Aí no dia do **City Tour**, **ah vocês tem tanto tempo né?** Daí, como a gente já tinha ido, a gente ficou tomando ali um café, em uma cafeteria. Enquanto o pessoal tava... Ah... **eu achei até estranho, eu até filmei!** O dia que eu fui com meus pais, eles tinham **uma banda de samba**. E nós só dava um pouquinho de rebolado e eles: ah são brasileiras. E o city tour nos levou também no estádio do boca Jr. E daí tinha um sócia, lá na lojinha, do Maradona.

O City-tour – efêmero, rápido, Caminito (sem interesse de rever “aquelas casas”), Estádio do Boca Júnior, Recoleta.

Os cafés para passar o tempo.

E onde mais o city-tour deixou vocês?

Depois passou por uma rua bem larga, depois mostrou o outro lado da Recoleta. Tinha uma casa amarela, mas não sei, não entendi muito o espanhol...

O inusitado e o registro: a banda de samba.

E quais os lugares que tu mais gostou de ir?

(7N)

Eu gostei dessa noite lá no **Palermo Hollywood**. Me falaram que eu tinha que ir na Roxi, **The Roxi**, que é uma boate para dançar, só que daí não estava funcionando. E no Porto Madero, achei muito legal, também tinha uma casa que a gente não foi; não, a gente foi só conhecer, mas era dia de semana... que era o **Asian**... ahmm como é que é o nome? É uma casa noturna, mas é para jantar e acho que depois começa o som com DJ. E a decoração é toda indiana, assim, sabe? Oriental. Tem Sushi, mas não é um restaurante de shushi. A gente foi lá para conhecer o local, é super lindo. É perto do Hotel Hilton. O outro lado do Puerto Madero. Muito legal esse lugar.

A descoberta dos interiores, descrição das práticas locais e do local. Gap.

A escolha do dia de visita em função da dispersão dos fluxos cotidianos e seus horários.

Acho, tipo, se eu fosse de novo eu iria **finais de semana**, nessa casa, menos frio...

Me fala sobre a tua impressão quando chegou em Buenos Aires, que tu havia me comentado quando te fiz o convite para participar da pesquisa.

(7O)

Eu não imaginei que ia ver uma parai ou um clima tropical. Eu achei que fosse mais, assim, sei lá... que ia ter uma fotos para eu tirar e **prédio não me chama atenção. Não sei, se eu fizesse arquitetura, ou sei lá, outra coisa ia me chamar...** Daí eu queria tirar foto e não tinha, assim, **um motivo, uma coisa**. Ta vamos tirar foto aqui na frente, né?... **Tá, tem o obelisco né? (uma risada irônica)**. Daí eu fiquei naquela humm né? E eu ligo muito para a luminosidade. Então, às vezes, Mesmo se eu estou em uma praia nublada eu não tiro foto.

A mediação profissional e a busca pela natureza.

Reconhece que há um valor atribuído ao monumento [valor turístico], mesmo que não ache interessante.

E tu voltaria para Buenos Aires?

(7P)

Ah eu voltaria. Acho que é loucura, ignorância dizer assim não eu não vou voltar...

Um olhar romântico sobre a cidade.

Mas daí o que tu buscaria na cidade, já que a paisagem que tu mais gosta tu não encontra?

Os lugares e as práticas: tomar uma cerveja, ouvir uma música.

Eu iria **acompanhada de um bom amor**. Não dos pais, e aproveitar o **clima** mais... Claro, o friozinho legal, mas não tão frio. Ia **curtir aqueles**

Os bairros e seus interiores.

cafés, os dias melhores, pega o **final de semana**, umas noites assim para **ouvir um som, tomar uma cerveja**. Eu iria para o **Palermo Hollywood** e iria passear na **Recoleta, naquelas feiras que tem**. Ali na Recoleta tem um **shopping de Design**. Lindas as coisas, uns móveis os preços super bons. Perto do cemitério.

Fluxo urbano: final de semana.

O clima mais ameno para poder estar na rua.

Foi no cemitério?

Não não quis ir, não sei o que tem de interessante.

Mesmo assim tu acha a cidade interessante?

É bom porque é perto, fácil de entrar. Acho que é muito bacana. **Tem uma coisa, assim**, mais que a gente **ta acostumado** aqui em **Porto Alegre**. Não sei...

(7Q)

Tentativa de comparação com Porto Alegre. Familiaridades.

Eu achei as coisas próximas, e como **é plana** a maior parte da cidade, é bom para caminhar mesmo com frio. E a gente fazia um esforço e ia caminhando e meu pai dizia assim: **não adianta tu entrar dentro de um táxi que tu não vai conseguir enxergar né? Daí eu ia com dois casacos** (risos).

(7R)

A condição plana da cidade.

O caminhar para descobrir, conhecer, ver.

Demonstra um constante desconforto em relação ao frio intenso, que não privilegia as caminhadas pelas ruas e nem oferecia luminosidade boa para as fotos. Ainda, apresenta a busca por paisagens significativas, mas não encontra, pois sua formação direciona seu olhar mais para o lado ambiental do que para os prédios, conforme argumenta. É constante também a menção acerca de uma melhor escolha dos dias para uma melhor inserção no movimento, assim como um clima melhor.

(8) Caroline

Faixa etária: dos 20 – 30 anos.

Formação: Comunicação Social.

Atividade profissional: Bancária.

Entrevista realizada no domicílio da entrevistada, em ma segunda-feira pela noite.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

(8A)

A primeira vez que eu fui para Buenos Aires faz muito tempo. Eu fui numa viagem de 15 anos. Porque na época a minha mãe disse: não tenho dinheiro para Disney, quer ir para Bariloche de ônibus? Daí tinha aquelas excursões da Fred Jovem, coisa e tal. Daí eu fui com alguns amigos do colégio. Só que daí a gente parou em Buenos Aires só na ida e na volta uma noite. Em Buenos Aires eu nem me lembro, para falar a verdade. Eu me lembro que a gente foi no Caminito porque a gente tem uma foto lá. Então, agora, quando eu voltei dessa vez parecia que eu não tinha conhecido Buenos Aires, foi muito rápido.

Contextualização.

Interesse pela cultura, lugares culturais.

Eu fui para em Buenos Aires porque, uma amiga minha, da vida inteira, foi morar lá porque conheceu um gaúcho, que é de Porto Alegre mesmo... e eles agora estão morando juntos. É uma amiga que eu conheço faz muito tempo, então ela disse: porque tu não pega as tuas férias e vem para cá?

Aí, quando eu fui para lá. Eu quando viajo eu gosto muito de conhecer **lugares culturais**, fazer compras, blá blá blá... Então, por exemplo, normalmente quando eu vou para São Paulo eu já reservo dias para as compras e dias para as exposições. No caso, claro, em Buenos Aires eu estava indo para visitar minha amiga e para redescobri a cidade. Lá a gente parou em Palermo, que é uma região super boa, assim.

A gente cainhava todos os dias no parque de manhã naquele frio horrroso, mas ah, lá é tudo muito bonito e muito gigante e é **muito esquisito porque os hábitos são tão parecidos com os nossos, mas ela tem aquela coisa de capital, do país, é bem cosmopolita e tudo muito contemporâneo. Aquele antigo convivendo com o novo tão harmonicamente**. Eu acho maravilhosa... Adorei Buenos Aires, agora,

(8B)

Descrição da cidade. Familiaridades nem tão familiares com Porto Alegre.

Buscar descrever a cidade

conhecendo de verdade, assim.

pelos hábitos (movimento) e pelos fixos.

Quando eu cheguei lá eles até disseram: ta... tu vai querer ir nos **lugares, assim, maaais turístico, porque não é o mais legal (1)**. Eles disseram né? Então o que a gente vai fazer: a gente vai sair para almoçar, para jantar, a gente já conhece, **a gente vai caminhando, vai conhecer os bairros (2)**... a gente andava muito por Palermo, jantava muito em Palermo. Fomos na feirinha de San Telmo no domingo, **caminhando, aí a gente entrava: ah vamos comer uma empanada, e toma um chope uma cerveja (3)**. Lá também tava muito bom para compras. A mulherada se jogado. Voltei com excesso de bagagem terrível.

Daí algumas coisas que me indicaram. Lá tem uma **livraria onde foi um teatro (3)**. O Ateneu. Daí nós fomos, porque eu sou fascinada por essas coisas. **Tirei foto do teto, que tem uma pintura é linda(3)**, e coisa e tal. Acabei não indo em nenhuma exposição. Eu passei até pelo museu de Belas artes e coisa e Tal. **Fomos no Cemitério da Recoleta, que é meio turístico**. Muito bonito. **Inclusive tava tendo um enterro naquele dia**.

(8C)

Tensão entre o turístico e o não turístico (atratividade) (1).

A atratividade dos bairros e as práticas (ações): jantar, almoçar, sair e caminhar para conhecer os bairros – Palermo e a Feira de San Telmo caminhando.

A Atratividade dos interiores, das formas sensíveis que eles agregam e da possibilidade das práticas que neles podem ser realizadas – atividades (3).

Turístico: Cemitério da Recoleta. Para além do turístico há as práticas locais (inclusive, um enterro).

E de lugares turístico, que nem tu dissestes, vocês não visitarem muito pelo jeito?

É que assim, o **Caminito** eu já tinha ido, é lindinho né? Mas em fim, atacam muito turistas.

A minha amiga, ela faz aula de espanhol, daí a gente foi **pelos redondezas** da onde ela tinha... ela tinha numa sociedade Armênia as aulas de espanhol. Eu até tava **olhando os lugares, caminhando** enquanto ela tinha aula ali... É na rua Armênia mesmo, se eu não me engano. E daí ali tem todos: **a escola, os restaurantes e várias coisas dessa cultura lá**.

(8D)

Tensão entre o turístico e o não turístico (atratividade).

Turístico: Caminito (sem interesse de rever).

Atratividade dos bairros, seus interiores, suas práticas e características.

Caminhar para conhecer, olhar.

Que mais que a gente fez? Ahhh... a gente saia muito de noite, mas mais para jantar, porque como eles são um casal, embora jovem, a gente não saia para dançar.

E você iam em lugares fechados, cafés?

A gente foi nuns lugares bem legais, assim, tipo: a gente foi em um bar que se chama Arcabar. A proposta é bem diferente. Tem uma coisa meio, ahhh como é que se diz... de antiguidade? É... Como se diz, aqueles lugares que eles vendem antiguidades?

Antiquário?

Antiquário! Eles têm um estilo de um antiquário. É todo meio louco, assim, muito legal. Coisas que não se combinam tudo misturado. E esse lugar as pessoas podem jogar jogos. A gente até foi só para jantar, porque a gente chegou num sábado e não tinha mais lugar para sentar. Então as pessoas podem jogar tudo que é jogo. Então, tem várias mesas... gritos... Eu até tinha conhecido um lugar assim em Minas Gerais, que é o Soho, que é bem legal porque daí as pessoas gritam porque estão jogando um jogo, alguma coisa... bem legal.

(8E)

A descoberta dos interiores, descrição das práticas locais no e do local. O Gap na tentativa de descrição e categorização das formas sensíveis da vida.

Mediação das reminiscências da vivência de outras cidades: Minhas Gerias.

E lá tem muito né? Milanesa com fritas, milanesa com não sei o que e assim vai, né? qualquer esquina tem...

Ah... Fomos em um café. A gente foi num Café do Havanna dos Alfajores, bem famosos assim...

(8F)

Peculiaridades gastronômicas do cotidiano.

E caminhou bastante pela Florida?

Caminhei bastante pela Florida. Bah, a gente caminhou muito, teve um dia que a gente voltou que não tinha mais mão, assim, para as coisas.

(8G)

A Calle Florida associada ao comércio e às compras.

Hummm... Onde mais que a gente foi? Ah uma coisa que a gente fez diferente. Oh namorado, vamos dizer assim, dela. Ele já fez curso de teatro, como Hobbi, né? Então a gente foi num sábado que eu cheguei num torneio,

(8H)

A tensão entre o turístico (trivial) e o não turístico (o fora

é tipo um torneio, a gente foi em um teatro como se fosse o teatro de Câmara nosso aqui, que é muito assim de estudante, aquela coisa mais experimental... E lá tava tendo um torneio, que eles fazem assim: eles fazem trios, e a gente já tava na final quando só sobraram dois trios, e eles tem que improvisar. Daí eles tiram um assunto, em dois minutos eles tem que criar alguma coisa para nos apresentar, Daí tah, tem três rodadas até que tem os vencedores. E era muito engraçado, muito legal assim. O placo, uma chacretes assim, se fazendo de estudante. E eles, só de olhar, era já... as caras muito engraçadas. Foi bem divertido. Isso foi no primeiro dia.

do esperado).

O diferente: participar das atividades culturais mais cotidianas.

A busca por uma descrição densa – reforça que é diferente.

Demonstra um interesse pelo que não era esperado, tem uma atratividade.

E no outro dia que a gente foi em San Telmo. As compras foram na quinta-feira

Que mais que a gente? A gente foi ali na Recoleta. Andamos **todas a... em fim** a gente foi caminhando, fomos no Buenos Aires Design. Que tem um shopping ali de Design. Ah.. a gente caminhou muito, assim... A gente andava de metrô, a pé, ou de ônibus.

Fomos para o centro, ah ta...Tiramos foto na Casa Rosada, ali na praça das mães de Mayo.

(8I)

Foto - o registro e reconhecimento do valor atribuído à Casa Rosada.

Praça da Mães de Maio: conhecimento histórico.

A falta de descrição da Recoleta.

Que mais? Tem umas coisas bem **típicas**. Lá tem tipo um convento que daí tem vários restaurantezinhos com nomes de, El Diabo, e não sei o que, coisas assim, de céu e terra, que é comida, é o do dia, o prato do dia. É baratinho assim e gostoso, porque **é uma coisa que ta no dia-a-dia deles**.

(8J)

Típico, do local – restaurantes e gastronomia do cotidiano do portenho.

E a gastronomia tu aproveitou bastante?

É que ta muito convidativo para ir. Ta bom para andar de táxi, é muito barato. Barato para comprar, para comer.

Embora lá, como eu estava na casa de alguém, a gente foi no **supermercado. Eu tive hábitos deles**. A gente foi em um **horário happy-hour ali no Porto Madero**, vimos o cais, coisa e tal.

E fui no... ah... como é que era o nome? Opera Bay! Acho que era... às 19h todo mundo sai do trabalho, né? Tipo Happy Hour. e daí lá fica até às nove e meia, tudo duplo. Champagne. Eu sei que era as nove e meia e nos já estávamos além da imaginação. Saímos de lá umas dez e meia, onde horas. Fomos para uma pizzeria, que a gente não tinha comido nada.

E o mais engraçado é que assim: tinha uns telões enormes com o jogo do Boca lá. E a gente até brincou né? Tinha um público masculino muito grande, não tinha muita mulher, e todos estavam fixados olhando para o telão, o resto da festa não existia.

No outro dia a gente estava com uma ressaca muito forte. Então a gente foi no supermercado. **Fizemos um sopão com vinho. Lá todas as coisas em regadas vinho**.

Que mais que a gente fez?

A gente **fazia algumas coisinhas em casa**, assim, para não atrapalhar o **dia-a-dia** deles, né? [fala da história da amiga que foi morar com o namorado no exterior e que sentia sozinha]. **Então até eu tentava fazer as coisas um pouquinho de turista, mas também ter uma rotina de dia-a-dia**. A gente acordava, ia caminhar, almoçava em algum lugar e já aproveitava para conhecer alguma coisa. Tentava encaixar com os horários dele.

E em que bairro ele morava?

Palermo... é perto de Palermo Soho e Palermo Hollywood, que é onde é o fuzuê. Pelo que disseram é um bairro nobre e é perto do super parque que eles têm: o parque de Palermo. Que é enorme, tem roseirais, tem ruas dentro do parque.

Hum... fiz coisas de quem morava lá. A gente pegava vídeo, fazia janta em casa... Saia para janta e para almoçar. **Eu fiquei um misto de turista e de quem morava lá**. O que me deixa bem contente, porque fica **aquela coisa só de turista tu não percebe como é que é a vida, o dia-a-dia, a vida lá**.

(8K)

Tensão entre o turístico (coisas de turista) e o não turístico (a atratividade do cotidiano, hábitos deles).

Hábitos deles: supermercado, pegar o horário de Happy Hour no Puerto Madero, fazer um sopão com vinho, fazer algo em casa, pegar vídeo.

Atratividade na descoberta dos interiores e a descrição das peculiaridades das práticas locais: Opera Bay, os homens fixados no jogo do Boca.

O turístico: conhecimento superficial sobre o local.

A vivência do cotidiano o conhecimento mais profundo.

Eu me senti muito em casa, eu acho que **os hábitos são bem parecidos**, né? **Embora** tem essa coisa assim, a gente se sente meio pequeno. Daí a gente vê que embora os costumes sejam muito parecidos, lá é uma cidade grande.

(8L)

As familiaridades nem tão familiares, comparação com Porto Alegre.

Em que sentido tu diz?

De comida, muita coisa com carne, essas coisas assim. Acho que porto alegre tem essa coisa boêmia também, de sair de noite, das coisas começarem meio tarde. Lá ela estava me explicando que eles começam a trabalhar um pouquinho mais tarde.

Tem algum lugar que tu não visitou e gostaria de ter visitado?

(8M)

Eu queria ter visitado os museus porque é uma coisa a qual eu me proponho quando eu viajo. Porque eu fiz comunicação e eu sou bancária hoje em dia. Então é um dilema e um conflito eterno. E quando eu viajo eu vou buscar o que eu acho que procuraria um pouco na minha atividade profissional. Essas coisas das artes, do estímulo visual, estímulo intelectual. Que eu consegui até pouco conciliar um pouco em São Paulo. Por São Paulo eu já conhecer os lugares eu vou um pouco direcionado.

Mediação profissional.

E como em Buenos Aires **eu não me lembrava de nada**, eu queria **caminhar pelas ruas, sentir a cidade mesmo caminhando**, assim né?

(8N)

Caminhar para conhecer (sentir, um conhecimento sensitivo).

E que sentimento é esse que tu teve em andar?

(8O)

Eu tava até conversando com a Anne. Eu tenho uma coisa minha que é sempre de descoberta. Eu sou meio que deslumbrada, mesmo. Eu ando, para mim tudo tem sentido, as coisas parece que tudo tem um por que. Eu acho tudo lindo, em qualquer lugar, eu gosto muito de viajar. Esse ano, em um período curtinho eu fui para o Rio, na páscoa, tive até a oportunidade de conhecer uma favela. Ah... depois eu fui para São Paulo, agora fui para Buenos Aires. Eu adoro viajar, para mim é um dos melhores investimentos que a gente pode fazer. Acho que quando a gente vai de encontro com as outras culturas e os outros mundos, a gente reafirma e questiona o nosso próprio mundo. Para mim é bem importante, quase necessário, eu preciso uma vez por ano desse tempo para mim: de poder ter o olhar do outro e do meu próprio olhar para o outro. Por que o problema da minha profissão atual é que é muito bitolada. Eu acho que é uma coisa juvenil, que eu acho que eu vou ter, a sensação de sempre que eu viajo é sempre essa: é da descoberta, aquela coisa da criança, sabe? Do olhar dez vezes a mesma coisa e a sensação que eu tenho é que eu estou sempre olhando de novo. Tanto é que eu voltei de Buenos Aires e fui fazer umas fotos, caminhar pelo centro de Porto Alegre. Isso mexe com coisas adormecidas e que eu gosto muito e eu às vezes eu me esqueço no dia-a-dia, naquela coisa certinha do bancário.

Fala do viajar, da sensação de descoberta e do encantamento.

A alteridade e a ruptura com a realidade cotidiana para poder retornar.

Na totalidade do discurso há uma tensão constante entre a experiência do cotidiano de Buenos Aires e a experiência de ser turista na cidade. Traz essa reflexão sobre a experiência turística da descoberta do outro e de si própria e da necessidade de ruptura com o seu cotidiano para poder realizar essas descobertas e re-encantamentos.

Quando encerrei a entrevista, ela me comentou sobre algo que havia escrito e perguntou se eu me interessava em escutar. Disse que sim e pedi para gravar. Então, iniciamos novamente a gravação.

(8P)

Se há algo que me encanta da arte de andar só pelas cidades as quais visito é esse meu olhar de quem olha pela primeira vez, mesmo já tendo visto. É essa minha capacidade de me deslumbrar e perceber o viver como uma descoberta diária. Como uma criança que aprende a ler e com seus olhinhos infantis se sente inserida no mundo quando as placas começam a lhe fazer sentido. Para mim, tudo vira brincadeira: acertar as direções e baldeações do metrô; chegar ao lugar de destino escolhido no mapa pela manhã; ter a recompensa de uma boa comida no final do dia e saborear um chope, mesmo que solitária, na mesa de um bar à tardinha; tirar fotos de mim mesma, então, tem sido uma brincadeira rotineira; ouvir o sotaque diferente ou a língua do país vizinho; ver as modificações que as cidades sofrem com o tempo; se deliciar com as peculiaridades; me esbaldar pelas ruas, pelas vielas, pelas direções que tomo, muitas vezes sem saber nem bem como fui parar ali.

Nessas minhas andanças, carrego o que toca. Detalhes muitas vezes não perceptíveis aos olhos, mas à alma, à minha. Coisas que talvez passem despercebidas para os outros transeuntes (até eu disse: não sei se

essa palavra existe, mas senão é licença poética).

A intenção de sair do meu universo particular, da cidade onde moro, das pessoas com as quais convivo, é tão somente ampliar meu universo particular. Remexer, cutucar o que já está ali acomodado, aquilo que já se acostumou, para que eu possa, de certa forma, na volta olhar de novo para o meu universo com aquele olhar de descoberta, tão necessário e desejado por mim – para voltar com inquietações boas, que acalmam minha alma, adoçam meu dia-a-dia, ou meu vida-a-vida, como diz Clarisse Lispector.

Às vezes é difícil sair do universo diário. Às vezes sempre eu diria, porque estar só, estar só comigo é um silêncio que ensurdece, verdades que gritam e pontos de interrogação que se lançam no momento em que as coisas pareciam acomodadas. E isso de remexer por dentro sempre incomoda em um primeiro momento até que, como as revoluções da história, diz a que veio e deixa dentro da gente a semente, que mais tarde tratarão de fazer, na hora da colheita, a sua auto-explicação.

Me deparar com este admirável mundo novo me faz questionar o meu. Olhá-lo com um pouco mais de crítica, mas depois, de certa forma, amá-lo ainda mais. Mas amá-lo de forma madura, entendendo-o como uma reafirmação desse amor pelo meu mundo, que a princípio pode ter sido um amor por destino, por acaso. E deixa eu deixar bem claro que eu amo o acaso. Eu e meus cabelos aos ventos nessas minhas andanças. Mas acho ainda mais bonito quando esse amor ao mundo pelo acaso se reafirma por forma de escolha. Quando eu tenho a oportunidade de dizer sim de novo ao que meu destino me colocou no caminho. Aí está a beleza de se deparar com outros universos, com as outras cidades, sozinha.

Embora me faça um falta absurda ter alguém do lado para compartilhar dessas descobertas com o frescor do momento. daquelas, às vezes, em que não há palavra dita, mas que talvez no encontro dos olhos tudo pareça ser dito, entendido. O olhar cúmplice do que está sendo apreendido naquele instante. Algo que a fotografia não registra, nem o livro conta com tal exatidão, mas que de fato enorme. O ir é deslumbrante. O voltar é mágico, eu diria. O voltar com a serenidade que eu fui buscar sem nem saber fui. Porque não se fez de atitude pensada, não se sabia a dimensão. Pois tudo é tão desprezioso e nada é programado. E agora posso voltar de novo, ao meu universo particular, aos meus, ao mundo que me deram e que eu (re)escolhi.

(9) Gustavo

Faixa etária: 30 – 40 anos.

Formação: estudante de Biologia.

Entrevista realizada no intervalo do expediente de trabalho, rápida.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

Assim, ó, eu posso começar te contando assim: na verdade eu fui com meu primo para Buenos Aires, mas na verdade a gente queria ir para Bariloche na época porque a gente queria mais coisas relacionadas aos esportes, mas daí encareceu, ficaria bem mais caro. Daí a gente resolveu passar uns oito dias em Buenos Aires. O que acabou acontecendo assim, a gente tinha alguns contatos em Buenos Aires, alguns amigos lá.

Contextualização.

A mediação da escolha profissional vem a influenciar em toda percepção que segue. Não se detém nas práticas do local. Compartilhamento sem tensões com a percepção de atrativo turístico dos produtores. Seu interesse está na natureza e nas suas respectivas práticas: esportes.

(9A)

Quando nós chegamos no hotel lá e tal. Claro, nós fizemos **aqueles passeios** né? Fizemos, três horas pela cidade de Buenos Aires. Daí a gente começou a ver que **a cidade é uma cidade plana. O guia foi nos dando recomendações de alguns lugares. Só que não nos agradou muito porque não tinha muita coisa para fazer.** A gente foi até no cemitério, aquele **Cemitério da Recoleta**, acho que chama. Fomos lá, conhecer o cemitério, a **Casa Rosada**, aquela **Catedral**...

Então, no primeiro dia, no segundo dia até foi legal, né? Nós fomos num **show de Tango** e tal. Nós achamos na época, agora claro que é bem mais acessível, mas na época a gente achou caro; tudo muito caro.

Eu nunca tinha saído do Brasil, então, por mais que tenha sido pertinho, foi uma viagem bem interessante nesse sentido. Só que depois a gente não conseguiu sair de noite, sair para se divertir, né? Eu não consegui localizar meus amigos, eles tinham saído de Buenos Aires. A gente ficou só em Buenos Aires. Eu achei legal... o hotel que a gente ficou foi bem legal. Mas eu acho que uns três dias seria mais do que suficiente.

O turístico como algo já sabido – O Cemitério da Recoleta. Catedral, Casa Rosada, show de Tango.

Lugares turísticos: recomendações do guia, sem a possibilidade de realizar práticas.

Buenos Aires: destino internacional próximo.

(9B)

E tu chegou a encontrar algo relacionado com esportes em Buenos Aires?

Pois é. Na verdade não. A gente foi em shows de Tango, em alguns restaurantes, a gente provou a comida deles lá, que eu achei bem interessante. Depois a gente foi à tarde em uma galeria de arte. **Não eram coisas que chamavam muita atenção. Depois a gente queria mais era sair, fazer algum passeio diferente, fazer algum esporte.** No mais, assim, a gente não chegou a fazer nenhuma atividade de esportes.

(9C)

Mais adiante fica evidente que o diferente parece estar relacionado a atividades esportivas e meio à natureza: subir e descer morro, andar de barco... Por isso as atividades culturais não chamavam atenção.

E o estádio do Boca Júnior?

Ah, fomos, foi bom tu lembrar. A gente foi lá. Tem uma parte que é antiga, velha, eles preservam ali né? A parte que é toda diferente, colorida. A gente até foi ali e comprou algumas coisas ali. Isso nós fomos, mas foi naquelas primeiras três horas. **O ônibus foi passando nos principais pontos.** Aí nós fomos na... visitar **os prédios, as casas mais caras... próximo do cemitério, dos palácios,** nós caminhamos pelo cemitério, tiramos foto... Foi o *city-tour* que aconteceu que foi o mais interessante, depois...

No resto dos dias a gente saía. De repente comia alguma coisa. Depois dava uma caminhada pela cidade. **A gente ficou mais é caminhando.** A gente visitava, como é que eu vou te dizer? Para danceteria a gente não chegou a ir. A gente chegou a ir em vários restaurantes. **A gente conseguiu... pelo menos ficar dentro do hotel a gente não ficou.** Só que chovia muito também. Então a gente acabava... a gente andou bastante de metrô, o metrô deles. **Não tinha muitas novidades.** Nós fizemos o passeio de barco, inclusive, fomos no ancoradouro deles, bem diferente. Mas... depois o Olelisco.

A gente andava muito por perto ali. No mais a gente ia em lojas, comprava coisas diferentes. Fui nas lojas esportivas, comprei tênis. A maior parte do nosso tempo foi em compras né? Compras assim, não tinha muito o que fazer... a gente ia lá e comprava alguma coisa e depois ia para um restaurante e **depois dava uma caminhada** e tal.

(9D)

O city-tour apresenta os principais pontos de interesse (registro fotográfico) – prédios, as casas, o cemitério, os palácios, o Caminito (parte antiga, velha, preservada, diferente, colorida). Essencialmente os fixos foram descritos.

E depois dessa experiência, de modo geral, como que tu vê a cidade hoje? Geralmente as pessoas gostam porque ela é plana né?

É... a primeira coisa que o guia foi falando para a gente, né? Que Buenos Aires era uma cidade maravilhosa, uma cidade que é tudo plano e vocês não vão encontrar montanhas, ou coisas assim, e daí eu fiquei já meio assim né? **Eu já tava interessado em escalar...** quando eu ia para Santa Catarina a gente sempre fazia passeio de subir morro, descer morro, aquela coisa toda, passeio de barco, de mergulho. **Claro, eu sabia que não ia ser, mas eu achei que sempre ia ter alguma novidade.** Eu acho que em dois dias já daria para ver tudo. Tudo eu não digo, mas o que **a gente queria ver mesmo, tirar fotos, aquela coisa.** Então, já era o suficiente. Se na época a gente tivesse mais dinheiro...

No caso, a tua formação é biólogo?

É, eu estou terminando o curso de biologia.

E nessa época tu já tinha interesse nessa área ambiental?

Sim, foi logo que eu entrei que eu fiz essa viagem. Eu prefiro... se fosse fazer uma comparação hoje, para quem vai eu ia recomendar uma ida para Santa Catarina para poder fazer um passeio de barco ou de mergulho, no meu caso, do que ir para Buenos Aires, ou nem ir para Buenos Aires, ficar um ou dois dias e depois seguir viagem para Bariloche.

(9E)

O olhar sobre a cidade a partir da mediação profissional.

O interesse não estava centrado no urbano, mas em áreas mais naturais e as atividades respectivas.

Parece sentir que o movimento urbano é muito familiar, nada de diferente, nenhuma novidade.

O discurso é marcado por um descontentamento em relação àquilo que encontra, visto que o que estava no cerne de seus interesses eram as atividades realizadas em meio à natureza. Algo que seria melhor realizado dentro de uma proposta inserida no segmento do ecoturismo do que do turismo cultural (do turismo urbano).

(10) José E.

Profissão: Biólogo.

Faixa etária: 50-60

Entrevista realizada no local de trabalho, em uma sala com tempo reservados.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

(10A)

Buenos Aires é um cidade que eu conheci a muitos anos. Qual é a tua idade?

Contextualização da conjuntura histórica em que realizou a primeira viagem.

Eu tenho 24.

A idade da Carolina, mas com 18 anos eu já conheci Buenos Aires com mais dois amigos. Fomos viajar. **Era assim, uma maravilha ir para o exterior. Era a primeira viagem.** Então, era interessante de fazer esse passeio, era a primeira viagem para o exterior de ônibus. Nós tínhamos na época, dezoito, dezenove anos. Era época de ditadura militar, os pais tinham medo que a gente viajasse, mas a gente tinha coragem, guri novo. Hoje já mudou. Mas daí chama muita atenção, **porque era uma cidade muito maior que Porto Alegre**, né? Com crescimento na época, embora tinha essa ditadura, a gente encontrava passeata de estudantes pelas rua. Ainda, eles faziam referência ao presidente, ex-presidente Perón. Era muito forte, o peronismo. Continua ainda né? Principalmente nos interiores. Porque Perón foi um ditador que fez muito pelos pobres, segundo eles. Então era muito interessante a gente ver, lembra daquela passeata, e aqueles jovens todos falando: Perón, Perón, Perón... Perón, Perón, Perón... Aquilo deixava **a gente impressionado porque aqui a gente não via movimento, assim, revolucionário jovem.**

Buenos Aires: destino internacional, primeira viagem ao exterior.

As relações e diferenças entre Buenos Aires e Porto Alegre daquela época: uma cidade muito maior que Porto Alegre; a gente não via movimento estudantil revolucionário [em Porto Alegre].

Associação entre BsAs e Poa em relação ao tamanho.

Mas daí, a gente como jovem **foi conhecer a cidade. Caminhar, caminhar, caminhar...** entrar em lojas, naquela época não tinha shopping centers. Ir em restaurantes. A moeda, o câmbio era muito favorável, como é hoje. A gente fazia uma refeição e vinha a nota, tipo, para quatro pessoas, vinte reais, e a gente repetia. Passeando, conhecendo coisas como não tem aqui, **não tinham em Porto Alegre:** livrarias, teatros. O teatro Colón, que é um teatro, assim, tipo o teatro São Pedro. Muito maior que o teatro São Pedro, que apresenta grandes operas e ballet.

(10B)

Caminhar para conhecer os bairros e os interiores.

A busca do que não tem em Porto Alegre e que a cidade de Buenos Aires oferece. A atratividade da oferta das atividades culturais.

Associação entre BsAs e Poa em relação ao tamanho.

Isso foi a primeira vez, depois as outras vezes que eu voltei como estudante. Depois de formado eu fui fazer uma especialização e morei durante seis meses. Aí já é diferente: a idéia do jovem turista e já do estudante que vai com uma bolsa de estudos com limitações.

(10C)

Contextualização das demais viagens.

E tu escolheu Buenos Aires?

Eu escolhi, não por... porque no centro que eu trabalhava aqui em Porto Alegre, que era da secretaria da saúde, tinham um vínculo com a Organização Pan-Americana de saúde. E Buenos Aires é um dos centros de escolhas. Chama-se centro Pan-Americano de Zoanoses para treinar todo esse pessoal da América do Sul para treinar nas áreas de microbiologia, parasitologia, imunologia e eu fui fazer um especialização em leptospirose, que é essa doença transmitida pela urina do rato.

Depois voltei outras vezes, depois voltei a turismo e até por último levei a Carolina para conhecer a cidade.

E o que te faz sempre retornar a cidade?

(10D)

É que é uma cidade que tu tens uma diferença cultural. Isso aí é uma coisa que chama muita atenção em Buenos Aires. **O povo em geral é um povo que tem uma cultura melhor do que a nossa.** A gente vê, já na grande Buenos Aires, que existe mais cultura. A gente vê uma cidade que ta passando por um problema econômico, mas está se recuperando lentamente. E tu vê assim, por exemplo, restaurantes... deve existir desemprego, como em todo grande centro, mas tem restaurantes que mantêm garçons ainda de 20 anos. Senhores já de idade. É comum tu ver gente de mais idade trabalhando em áreas assim, que aqui é descartado quando chega aos 50, eles mudam para um de 25, 30.

Descreve a cidade de Buenos Aires posta em relação a Porto Alegre como algo melhor.

Descrição dos valores culturais locais.

A associação da arquitetura à colonização espanhola, francesa e inglesa. A

Então é porque tem **uma cultura um pouco diferente da nossa**. Foram colonizadas por espanhóis, Tem influência Francesa, inglesa né? A própria **arquitetura é um pouco diferente**. Que mantém assim, não tem prédios de 30 andares, de 40, não é tipo Nova York. Embora eles se acham os melhores do mundo. São muito ufanistas também, né?

Então isso são coisas que fazem a gente voltar para Buenos Aires. **A facilidade de transporte é interessante**. Porque, é uma cidade antiga e tem metrô, que atende várias regiões, até de periferia. Tem táxi, ônibus, tudo que tem numa cidade. Mais, metrô e trens, com integração, fica muito mais fácil o deslocamento.

arquitetura como representativa das camadas históricas e gostos do passado.

Uma cidade com fácil deslocamento: o sistema de transporte. Tem atratividade, é interessante.

E os bairros que tu visita?

Os bairros que a gente visita ali é sempre os mesmos. San Telmo. Recoleta. Palermo.

Hoje, me surpreendi, agora tem o Porto Madero, que era uma zona portuária que nem a nossa aqui em Porto Alegre. Onde tem esse muro horrível, eles tinham lá uma coisa assim que era o trilho do trem. Eles retiraram aquilo e fizeram na margem do Rio, acho que é o Rio da Plata, fizeram restaurantes, bares e universidade. Então teve um aproveitamento daquela zona portuária, escura, ficou tudo claro, iluminado, um movimento, com o turismo intenso.

(10E)

Associação da revitalização da zona portuária, do Puerto Madero, com a zona portuária de Porto Alegre.

Tu viu toda essa transformação da cidade? Houve alguma transformação muito grande?

Não, não houve. Essas coisas novas, como o Porto Madero, é uma transformação evidente. As outras coisas permanecem iguais. Tipo, **esse Palermo**, que é um bairro, **eles colocaram assim Palermo Viejo e Palermo Hollywood**. Que assim, uma coisa, tipo Cidade Baixa [bairro de Porto Alegre]. Bairros antigos que foram aos pouco dando mais abertura para restaurantes e bares noturnos mais para jovens e alguns restaurantes mais sofisticados. É uma cidade que oferece muito na parte de gastronomia.

(10F)

A resignificação dos locais e as práticas que os caracterizam.

A oferta cultural, de entretenimento e gastronômica.

E das atividades também?

Das atividades culturais a gente não chega porque a gente passa pouco tempo. Hoje, como a gente já conhece Buenos Aires, o interessante é ir numa quinta-feira e voltar num domingo. Porque, antigamente Buenos Aires era considerada a cidade da Boemia. Mas isso aí, acho que com o desenvolvimento populacional, o número de jovens foi aumentando.. isso não é mais assim. É uma cidade que, realmente, o movimento é como Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro. De quinta a sábado é que as pessoas começam a sair para a rua para fazer atividades noturnas, entende? Então a gente, se a gente vai com amigos que está a fim de sair na noite, para se divertir, para jantar, para escutar música. Não precisa ir segunda-feira e voltar na segunda. Pode ir na quinta e voltar no domingo que está visto.

(10G)

A dispersão do fluxo urbano no cotidiano. Associação às características urbanas de outras cidades. Fala especificamente sobre a condição urbana dos fluxos.

Assim, caiu muito em relação ao passado. Essa época que eu tava morando lá, foi muita interessante porque era uma diferença cambial diferente da nossa: era uma inversão, era ao contrário, tudo muito mais caro e aqui era tudo mais barato. Eu tinha uma bolsa que era em dólares, mas eu tinha que saber controlar para poder viver. Morava num hotel ali, no bairro do Onze, que era um bairro de menor poder aquisitivo. E nessa avenida Corrientes – a avenida Corrientes é uma avenida larga, onde tem o Obelisco, onde tem vários teatros, casas de shows – nessa época, era 1988, tinha um show da Elis Regina. Um show que tinha passado aqui em Porto Alegre, eu não tinha visto. Eu nunca fui fã da Elis Regina, mas como ela tava no auge e como era um dos poucos brasileiros ali, acho que o único brasileiro, eu fui para frente do teatro para ver o movimento porque eu não tinha o que fazer, era um domingo de noite. Daí eu fiquei olhando e eu tava com uma jaqueta que tinha uma identificação da bandeira brasileira desse tamanho. E um grupo de jovens, da tua idade no caso, eles olharam para mim e um disse, ah tu é brasileiro?

Eu disse: sô!

Da onde?

Porto Alegre.

(10H)

Acontecimentos pessoais relacionados a atividades culturais, câmbio, contexto em que se realizava a experiência.

Ah, gaúcho?! Não vai assistir o show da Elis?

Eu não quis dizer para ele que eu não tinha dinheiro. Daí eu ahhh... o problema é que eu estudo amanhã de manhã, tenho que pegar um trem, depois um ônibus para chegar em Ramos Mejia. E eles sentiram que eu tava com vontade de assistir e sentiram que eu não tinha era dinheiro. E eles foram lá no teatro e compraram o ingresso e me deram o ingresso enroladinho e disseram, olha, tu vai entrar com nós. Daí eu assisti o show por conta deles. Depois nunca mais vi as pessoas. Foram muito receptivos. Porque a gente tem essa idéia da rivalidade do Argentino. Dava até para fazer um estudo.

[reclama da falta de interação dos Argentinos com os brasileiros no litoral catarinense e da falta de cuidado]

No teu caso, tu tentou te integrar?

Lá sim, me integrei. Porque, quando a gente vai, quando eu fui estudar, eu já tive um relacionamento com um rapaz lá que era jovem que eu conheci aqui em Porto Alegre. Ele vinha para cá comprar camisetas Hering. Então ele comparava as camisetas, vendia as camisetas, como não podia as vezes comprar duas malas, ele pedia para mim trazer. Como eu vinha mensalmente, eu levava para ele e ele me dava uma comissão. Da comissão comprei um relógio. Então, assim, eu me relacionei. Fui algumas festas, ali com eles. Depois nunca mais vi essa pessoa.

Depois quando eu fui com a minha esposa, também surgiu outras situações de conhecer, assim, duas senhoras que estavam em uma casa de chá, assim, por esse hora, quatro horas, e eu perguntei qual era a idade que tinha a cidade de Buenos Aires. Elas não hora não souberam nos responder, mas trocou um assunto, se nós éramos brasileiros e tal, nos convidaram para conhecer a Recoleta, porque nós não conhecíamos a Recoleta. Aí nós fomos de taxi, eles pagaram o táxi. No outro dia marcaram para a gente voltar, seria sábado, **para gente tomar um café ali na Recoleta, naquelas esquinas, porque é muito comum os cafés a céu aberto, assim, na rua.** Daí nos apresentou a família, as filhas, a esposa, a vó, o vô. Foram todos ali. Daí nos mostraram vários lugares que a gente não conhecia, o Parque de Palermo. Uma volta em Palermo. Daí eles ligaram para o hotel me convidando para mim jantar na residência deles numa terça, quarta-feira, antes de voltar para Porto Alegre. Daí eu fui.

(10I)

Os cafés a céu aberto, elementos freqüentes na paisagem de Buenos Aires (nas esquinas, na rua).

A minha esposa é muito de se relacionar, eu já sou mais fechado. Eu procuro evitar um pouco porque às vezes agente fica um pouco atrelado. Se tu vai viajar por pouco tempo e tu faz uma amizade, tu fica depois naquela dependência: a pessoa quer te levar para conhecer, que te levar para jantar, quer te levar no teatro. E tu não faz a tua programação como tu deseja.

(10J)

Os pacotes turísticos e o tempo controlado.

Então pelo jeito tu não gosta muito dos pacotes turístico?

Não, odeio isso. Até faço os pacotes porque é mais em conta, mas eu procuro fazer a minha programação. Eu uso praticamente a hospedagem e a passagem aérea. Essa coisa de ter horário não é comigo.

Eu sempre procurei atividades culturais. Lá eu caminhava, saia do meu curso para passar o tempo caminhando, caminhando, caminhando. É uma cidade ótima de se caminhar porque é plana né? Pode caminhar três horas sem subir uma elevada, né? Depois chega cansado, vai dormir.

(10K)

Buenos Aires é plana, é uma cidade boa para caminhar (caminhar para passar o tempo).

Senta num café, olhando o movimento, entrando em uma livraria, porque isso tem muito né? Essa livrarias antigas, hoje lojas de disco de Cd, então realmente preenche teu tempo né?

(10L)

As livrarias e os cafés para olhar o movimento e passar o tempo. São característicos de Buenos Aires.

Esse movimento todo assim, isso é muito vibrante em uma cidade. Que nem Nova York, é outra experiência, é uma cidade que tu não vê verdade, em Buenos Aires tu também não vê verde, mas tu sente uma

(10M)

Fala sobre o movimento urbano, mas o específico de

vibração, uma energia muito boa. Tem tudo, tudo funciona, não falta nada. É uma cidade que tu não sente poluição, não é como São Paulo. Embora não tenha uma arborização forte como Porto Alegre, mas tu não sente... acho que por isso que vem o nome Buenos Aires.

Buenos Aires. Cada lugar com suas especificidades de movimentos.

(11) Luciana

Faixa etária: 30 – 40 anos.

Formação: Publicidade e propaganda.

Entrevista realizada durante o expediente de trabalho, rápida.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

(11A)

Eu acho a cidade super-bonita, eu acho que ela tem um quê de europeu, assim, pela imponência dos prédios.

Descrição da cidade através da paisagem, da arquitetura e seu ar europeu (as camadas históricas).

Eu tenho 36 anos. Digamos que a primeira vez que eu fui para lá eu devia ter, sei lá, 18, já faz muito tempo.

Contextualizando.

(11B)

Claro que todas as coisas que, ahhh, se eles são melhores em relação à economia, ou piores, isso se reflete na cidade também né? Ah, ou ta mais limpa, ou ta mais suja. Tipo, pontos que já foram **pontos altos turístico**. Tipo a **Recoleta**, depois aquela **praça de San Telmo**, hoje são lugares que se não cuidar roubam a tua carteira.

A crise econômica e as interferências na cidade.

(11C)

Pontos turísticos: Recoleta, Praça de San Telmo.

O que eu acho mais... eu gosto de passear naquele shopping que tem os arcos. A galeria Pacífico, que tem os vitrais em cima.

O passear e as atividades: de compras e culturais.

(11D)

Deixa eu ver o que mais... Tem uma vez que eu fui que eu fiquei naquele Marriott, que na frente tem uma praça enorme e tinha uma exposição de fotos, lindíssimas, que depois virou um livro. **Sempre tem uma coisa nova.**

Oferta cultural, de atividades.

Agora que eu te falei, eu fui o ano passado. Meu marido estava participando de um evento pela empresa dele. Daí a gente ficou no Hilton, lá no Porto Madero. Eu nunca tinha ficado no Porto. Aí é outra visão da cidade né? Um pouco mais afastado, mas lindo. **Tem outras coisas para ti apreciar, é diferente!** Eu gosto de ir para lá.

*A multiplicidade dos espaços da cidade.
O diferente como atratividade e relacionado a outras coisas, conforme dito.*

(11E)

Tem algum lugar específico que tu gosta de ir ou fazer?

(11F)

Eu gosto de fazer compras e de jantar em restaurantes. Acho que os lugares turísticos, tu já conhece já foi tu não vai de novo, assim, a não ser que tenha algum outro casal, alguém que não conhece. Mas a minha programação predileta é sair para jantar.

*Tensão entre turístico e não turístico.
O turístico: não desperta interesse em voltar.
O não turístico: as atividades (compras e sair para jantar).*

O discurso aparece bastante fragmentando, mas gira em torno da programação cultural e do que a cidade oferece para fazer, fazendo com que sempre volte. Porém, não em função dos atrativos turísticos, mas do restante.

Após a entrevista complementou relatando que na cidade sempre tem o que fazer, sempre se acha alguma coisa. Na última vez, enquanto seu marido participava da feira, ela saiu para fazer compras, cortar o cabelo. Comentou, ainda, que entrou uma segunda vez no cemitério da Recoleta, mas porque acompanhava um casal que ainda não conhecia o local, então conciliaram a visitada com uma passada em um café.

Por esse emotivo traz também a tensão entre o que é concebido como atrativo turístico e o que está além e que também atrai: as atividades como, por exemplo, ir às compras, sair para jantar, apreciar os lugares variados da cidade e as atividades culturais.

(12) Luiz P.

Faixa etária: 50 – 60 anos.

Formação: atua na área de importação e exportação, comércio exterior.

Entrevista realizada no local de trabalho.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

(12A)

Contextualização.

Eu fui, a primeira vez que eu fui, fui eu, um irmão meu e um outro amigo meu lá de livramento. Nós fomos por Montevideú, daí fomos até Colônia.

Completamente diferente a Argentina de hoje do que era antes. Antes não tinha a pobreza que é hoje. Antes não tinha a pobreza que tem hoje. Era um país, considerado na época, a Suíça Sul americana, era completamente diferente. Era uma cidade limpa, era uma cidade bonita, era uma cidade alegre.

(12B)

A descrição da cidade através das transformações decorrentes da crise argentina.

Eu me lembro que nós chegamos lá e ficamos hospedados na Avenida Corrientes, no centro da cidade. Quatro horas da manhã era completamente diferente daqui: três, quatro horas da manhã ainda tinha gente na rua, conversando, era fim de semana. Foi ótimo. Aí andamos, visitamos alguns bairros lá. Conhecia pouco na época. Achei ótimo. Nós ficamos pouco tempo, na primeira vez.

(12C)

As diferenças de hábitos.

Caminhar para conhecer os bairros.

Depois eu fui em uma corrida de fórmula 1. Foi quando o Luiz Carlos correu lá e ganhou a corrida por sinal. E foi ótimo.

(12D)

Contextualização da segunda visita.

O que falam do argentino eu nunca senti esse tipo de clima. Para mim foram super-atenciosos, sempre que eu fui. Em todos os lugares.

(12E)

Desconstrução do estereótipo do portenho.

Naquele bairro.. agora me esqueci o nome... É muito conhecido lá, todo mundo vai lá. Eles chamam de boca do lixo. La Boca! As casas de Tango são excelentes. Inclusive, o pessoal de lá não às vezes não tem hábito de ir, em show de Tango. Inclusive eu fui com um casal de lá e a menina ficou encantada. Eles são de lá e não iam. Praticamente eles eram os únicos argentinos que estavam lá dentro, o resto era tudo estrangeiro. É muito bonito, porque o Tango se confunde com a Milonga. Daí nós fomos nesse bairro.

(12F)

Turístico: muito conhecido, todo mundo vai; casas de show de Tango;

Daí, ao falar do ser turístico continua mencionando outros lugares, geralmente relacionados ao que turístico: o cais do porto, a Casa Rosada e seu entorno.

Fomos ali no cais do porto, como é mesmo o nome? O Puerto Madero, que é excelente. Na época já dava para a gente andar, depois é que ficou bom. Casa Rosada, aquilo por tudo ali a gente andou. Ficava sempre no centro ali. No centro tu anda para qualquer lugar. Caminhamos bastante. Essa foi a segunda vez que eu fui.

Depois eu fui para jogar punhobol. Quando eu jogava nós tínhamos.. o clube que eu jogava aqui era tetra campeão sul-americano. Nós ganhamos.

(12G)

Contextualização da terceira visita.

Lá é completamente diferente daqui, naquela época. As coisas eram todas limpas. Tu andava no metrô, os trens, eram limpinhos. Se fosse São Paulo era um perigo. Lá tudo limpo. A cidade muito limpa. Tudo, tudo, tudo.. uma organização tremenda naquela época.

(12H)

Descrição da cidade através da comparação com outras cidades e através do povo.

O povo muito afável, eu achei. Eu não tenho nada contra argentino. As casas quase todas tem calefação interna, porque eles têm gás né? O inverno para eles é muito bom. Eu fui em época de frio e de verão.

E daí tu conheceu a cidade por conta própria?

(12I)

Eu nunca fui por agência de turismo. Daí tu vai perguntando onde melhor isso, onde é melhor aquilo. Daí tu vai andando.

Retoma as transformações geradas pela crise para falar da cidade. Também observa as práticas, os fluxos e as pessoas (formas sensíveis).

Hoje, a cidade mudou muito, ficou uma cidade não feia, mas uma cidade suja. Com mendigo na rua, que não existia. Da última vez que eu fui, faz uns três anos eu acho, já tinha melhorado um pouco.

Essa última vez não foi a do punhobol?

Não, não.. essa última eu estava indo para o Panamá e daí fiquei dois dias lá. Fiquei com uns amigos que conhecia por lá. Fiquei passeando por lá.

Mas é outra cidade, tem sujeira que não tinha... as pessoas completamente diferentes. As casas, os cafés já tinham menos gente.

Livraria tem muito. O que a gente tem de farmácia aqui eles têm de livrara. Tudo que é quadra tem livraria e teatros. Teatro tu encontra muito. Tem teatro que tu não paga nada. Em uma travessa da Corrientes tinha um teatro que entra quem quer assisti e vai embora. Assisti, é um teatro bom. A cultura lá é completamente diferente. Lá, o pessoal lá realmente tem cultura.

Uma coisa que sempre me chamou atenção, o que tem de livraria é o que a gente encontra de farmácia no Brasil. É uma diferença que tu nota quando viaja. É a diferença do brasileiro com outros países. Tu senta no aeroporto e os brasileiros estão lá, comendo ou bebendo alguma coisa, os outros estão lendo. E o argentino era assim: muita gente lendo.

(12J)

Comparação das práticas culturais dos brasileiros com a de outros países, em especial do argentino.

O pessoal vai para esses cafés, que eu não lembro o nome, vão lê, tomam um chocolate, um café. Vão para aqueles lugares lê. Eu achava Buenos Aires um espetáculo. Buenos Aires é muito... é uma pena o que aconteceu com eles, mas cultura tu não perde.

(12K)

As práticas culturais dos portenhos.

E tu chegou a caminhar pela Corrientes?

Sim, até dei um susto em um amigo meu quando fomos atravessar aquela avenida mais larga. Ah, a comida não é muito diferente da nossa. A comida comum lá não era lá grandes coisas.

E a Florida? visitou?

Visitei, lá fazia tudo a pé. Tudo a pé.

(12L)

O caminhar para conhecer.

O discurso é bastante fragmentado, mas se desenvolve em torno de uma descrição da cidade através das transformações geradas pela crise argentina. Essas formas de descrever as mudanças trazem a percepção das condições fixas/materiais (era uma cidade limpa; uma cidade não feia, mas uma cidade suja) e dos fluxos (as casas, os cafés já tinham menos gente). Contudo, percebe que mesmo diante dessas transformações, a cultura se manteve (de ler, comenta sobre a quantidade de livrarias). Realiza uma desconstrução do estereótipo do portenho. Quando traz para o discurso a questão do ser turístico, sobre o show de Tango, faz um link com o Puerto Madero, a Casa Rosada e se entorno.

(13) Maria C.

Faixa etária: dos 20 – 30 anos.

Formação: estudante de pós-graduação em gestão empresarial

Entrevista realizada na residência da entrevistada. Tem parentesco com a M. Flávia.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

(13A)

Contextualização.

Então, a gente tava planejando nas férias do meu namorado, no caso. Ele é residente, então ele tem esse mês de maio de férias. A gente tava na dúvida entre ir para o Nordeste, ir para Recife ou Fortaleza - que tem com passagens com preços bons, que estavam com promoção de um real a volta – ou Buenos Aires, que está em conta também. No fim saiu um pouquinho mais caro, porque nessas outras cidades a gente tinha hospedagem.

Aí gente resolveu ir para lá, planejou sete dias, seis noites. Como eu já tinha ido a Buenos Aires, duas vezes já. Uma vez eu tinha ido num feriado com meu pai e com minha mãe. Uma vez que eu fui ao Chile, que eu fiz Argentina e Chile de ônibus. Eu já conhecia mais ou menos, sabia os lugares que eu queria voltar e sabia o que que ele tinha que conhecer, porque ele nunca tinha ido.

A gente começou fazendo aquele **básico**, né? Indo Praça de Mayo. Ali, a **Casa Rosada** tava fechada para reforma, infelizmente a gente não pode fazer a visita interna. Ali, **Catedral**. Ali na **volta da Praça. Calle Florida**, olhando lojas e tal. Fazendo esse passeio assim. E à noite a gente ia jantar ali por perto. Dessa uma semana a gente foi duas vezes no **Puerto Madero**, que eu não conhecia, porque a última vez que eu tinha ido à

(13B)

Fala sobre o que é atrativo turístico, compartilhando a concepção dos produtores (Básico: Praça de Mayo; Casa Rosada; Catedral; na volta da

Buenos Aires foi há oito anos atrás e ainda não tinha desenvolvido esses **restaurante no Puerto Madero**.

Praça de Mayo; Calle Florida; Puerto Madero e seus restaurantes).

Aí depois, assim, a gente se baseou assim, a gente não queria gastar muito dinheiro com táxi, apesar de táxi ser barato. A gente gosta muito, tanto eu quanto ele, de andar de ônibus e de metrô. Muito, **eu sou uma apaixonada por metrô, eu acho o máximo uma cidade que tem metrô**.

Então a gente pegava o mapa e ia andando de metrô **pra lá e pra cá, tudo que a gente podia fazer de metrô e a pé a gente fazia. A gente andou muito, muito, muito**.

(13C)

Os meios de transportes e a caracterização das cidades.

O mapa e a locomoção facilitada pelos meios de transporte e pela facilidade de andar.

E a gente meio que dividiu a nossa viagem por bairros. A gente queria conhecer os bairros. Eu acho que uma atração de Buenos Aires são **os bairros, é uma atração a parte**.

(13D)

Fora do que já foi dito como turístico, autonomia própria.

Tu te dedica um dia para um bairro e ali tu vai ficando, **vai batendo perna e conhecendo, né?**

(13E)

O caminhar - descoberta.

Então a gente foi também a **La Boca**, aí a gente fez o **tour** no estádio, na **Bombonera**. Fomos ao **Caminito**, tiramos fotos, **comprinhas** e tudo assim. Aproveitamos o dia por lá, mais ou menos. A gente foi a Recoleta. Daí a gente foi no cemitério da Recoleta, que eu queria muito fazer o **tour**, que da outra vez eu não tinha feito porque minha mãe não gosta muito de cemitérios e eu tinha vontade de fazer, tinha lido a biografia da Evita, tava bem interessada nisso. Fiz um **tour daquele de uma horinha** no cemitério da Recoleta. Amei, Indico, assim, **achei uma aula de história**. Daí passeamos no shopping, não sou muito fã, mas sobra um tempinho e tal.

(13F)

Retoma o turístico.

*La Boca – **tour**, Bombonera, Caminito, tiramos fotos, comprinhas.*

*Recoleta – cemitério da Recoleta, **tour**, uma aula de história.*

Aí nós fomos a Palermo e lá a gente ficou um dia inteiro também. Que a gente começou indo ao **museu da Evita**, tava fechado, então a gente resolveu caminhar. Aí **acabamos no zoológico, entramos (1)** no zoológico de Buenos Aires **que não estava nos planos**. Adorei! Me diverti bastante. Caminhei por toda aquela região do parque três de fevereiro, onde tem o planetário, a gente caminhou bastante naquela área verde.

(13G)

Programado: museu da Evita.

O não programado e a descoberta dos “interiores” dos bairros (1).

Depois a gente subiu para Palermo Soho e Palermo Hollywood. Isso já era final de tarde já. **A gente passava o dia na rua** e dormia bem para descansar. Deixa eu ver o que mais...

(13H)

A experiência de passar o dia na rua.

E o zoológico o que tu gostou?

Eu gostei bastante, me surpreendeu. A gente resolveu fazer um tempo, **era um sábado**, tinha bastante **criança**, tinha bastante **bicho de impacto (1)**: urso, hipopótamo, elefantes, as lhamas, camelos, dromedário... eu achei bem legal, é um lugar bonito, bem organizado, com banheiros limpos. Achei bem legal. **Fizemos um tempo bom lá. Uma coisa que não estava nos planos (2)**, porque justamente a gente saía para caminhar pelos bairros: hoje a gente vai ficar aqui por Palermo. **Então, surgia alguma coisa a gente aproveitava, batia perna (3)**, gostava de um lugar ficava mais tempo, não gostando seguia caminhando.

(13I)

Descrição das práticas e do diferente (1).

O não programado, a surpresa, a descoberta – agradável (2).

O caminhar como descoberta (3).

Consegui ir no museu da Evita. Gostei, ficou dentro das minhas expectativas. Achei bem montadinho. Passavam vídeos rápidos para entender um pouco da história. Porque às vezes tu vai no museu e tu não tem paciência de ficar sentada vendo um vídeo que dure uma hora. Tu quer um uma coisa rápida, um vídeo que resume legal um acontecimento assim.

(13J)

O programado estava dentro das expectativas.

E o cemitério te surpreendeu?

Não, o **cemitério** não me surpreendeu tanto, eu esperava assim. Eu já tinha ouvido falar que era muito legal. Eu não tinha feito porque quando eu tinha ido eu era pequena e não tinha muito interesse por história e minha mãe não quis fazer. E conversando com as pessoas, as pessoas dizem que era muito legal, muito bonito. Tu faz com uma **guia**, inclusive, nas sextas-feiras tem um guia que fala em português, mas agente fez com um guia em

(13K)

O programado estava dentro das expectativas.

A concepção de atrativo turístico compartilhada com os produtores do turismo: guia,

espanhol mesmo. **Dura uma hora o tour** pelo cemitério. E ela conta **uma aula de história** porque tem muito **presidente da Argentina** lá enterrado. Tem **outras pessoas mais anônimas**, mas com uma história legal, ou algum... um cara que já ganhou um prêmio nobel... é uma aula de história. Gostei bastante, **para quem gosta de história**. É um lugar bonito. Não é um lugar fúnebre, sabe? são... não são bem túmulos, porque são umas casinhas, uns jazigos bonitos, tens uns que tem esculturas, **para quem gosta de escultura, umas obras de arte mesmo. Mausoléus com pinturas, com mosaicos**. Tem gente que tira **bastante fotos**, mas eu não tirei muitas fotos porque estava dentro do cemitério, nem do cemitério, não me atraio.

tour, uma aula de história, presidentes da Argentina (História dos grandes nomes), pessoas anônimas (Nova História), obras de arte (as formas).

As fotos indicam o valor que está em jogo.

[*Não puderam pegar o Buquebus para Colônia no Uruguay e foram fazer o passeio do Tigre*] Só que dessa vez a gente não tava de excursão, não é assim: ah entra num ônibus, tudo organizadinho e desce no lugar certo. A gente teve que se virar. E é longe. A gente foi ao Retiro, que é uma estação de trem no centro de Buenos Aires. Pegamos um trem, **trem mesmo, trem que o cidadão usa para trabalhar mesmo (1)**. Fomos até o Tigre. Deu uma hora dentro do trem, porque o trem é meio devagar, mas é **legal**, porque assim, ele passa por Palermo, **geralmente tu olha os mapas turístico de Buenos Aires, acaba em Palermo, fica por ali, então a gente continuou, a gente passou por Belgrano, por Nunes e a gente com o trem foi indo para aquela região que não está nos mapas (1)**, literalmente não está nos mapas. Até chegar no Tigre ainda passa por outras cidades.

(13L)

A tensão constante entre o que é turístico e o que não é (1) – o trem do cidadão, trabalho / o trenzinho turístico. Vai se afastando do centro, não tem tanto comércio; aquelas regiões que não está no mapa.

E o que tu achou de conhecer esta outra parte?

Eu achei bem legal, assim. Nunes, Belgrano são bairros de classe alta e não tem tanto comércio. Tu vê que tu está te afastando do centro. **Porque Buenos Aires é diferente daqui. Aqui a gente tem o bairro centro e lá, para eles, o centro são vários bairros, é uma região, porque a cidade é muito grande, realmente. Eles têm um centro bancário, um centro financeiro, um centro de compras, é meio que separado assim... não é como aqui, que tu tem tudo no centro de Porto Alegre, que tu tem tudo perto (2)**.

Mediação do ser porto-alegrense como alicerce comparativo para descrever a cidade (2).

Caminhar para descobrir o que não estava no mapa, para conhecer (3).

A gente foi vendo direitinho assim, quando foi se afastando, foi diminuindo o comércio e tal (1). Mas era bem bonito, **dava vontade de descer e caminhar mais (3)**, mas não tinha como ficar parando, o objetivo final era o Tigre. Chegando no Tigre, a gente foi pegar **o trem da costa**, que é um outro trenzinho. Daí já é **um trenzinho turístico (1)** que faz esse passeio bem pela beira do Rio da Prata e tu pode descer em todas as estações, mas infelizmente as estações estão abandonadas. Mas antigamente todas as estações tinham pelo menos um restaurante, um café, alguma coisa. Tem a estação de San Izidro, que é uma outra cidade da região metropolitana, que é super bonitinha, tem um shopping com cinema. Ela se sustenta, mas as outras estações, uma que a gente desceu em Vicente Lopes, abandonadas. É super bonita, é uma reserva ecológica na beira do rio com uma vista linda do perfil de Buenos Aires, mas a estação em si abandonada. Pelos cartazes dentro da casa deu para ver que antigamente tinha show de Tango ali, café. A gente só parou para **tirar foto** porque estava bem na hora do pôr-do-sol, um fim de tarde, com cores legais. O trenzinho passa de meia em meia hora. Bonito, acho que valeu a pena, mas era um passeio que a gente não ia fazer.

Agente ia para Colônia de Sacramento. Como não deu a gente foi para o Tigre. Porque a gente já tinha andando muito por Buenos Aires, a gente já tinha conhecido tudo praticamente.

(13M)

Caminhar para conhecer.

A gente não foi muito a museus, só o da Evita, porque meu namorado não gosta. Eu gosto, eu teria até no de Belas Artes. Ate teria entrado em alguns museus, mas ele não gosta muito.

(13N)

A gente curtia muito tomar café: ai, quatro da tarde, ai vamos tomar um café? **Daí a gente entrava num daqueles cafés que tem a cada dez passos ali pelo centro e curtia. Tomava um café, comia uma media luna, sabe? (2). Uma coisa bem deles (1). Porque sempre tem gente dentro dos cafés**, sempre tem, impressionante, não interessa a hora do dia. A gente curtia bastante isso assim.

As práticas locais e a gastronomia (1).

Fazer o que a população local faz. Praticar. Ação. (2)

Uma coisa deles – típico do local, característico. O típico relacionado às práticas cotidianas.

Ah, e no domingo a gente foi até a Bombonera de manhã. Compramos nossos ingresso para o jogo do Boca às seis e meia da tarde. Daí fomos à **Feira de San Telmo, tradicionalíssima**, que só tem domingo. Então a programação de domingo já era essa. E aí aproveitamos a feira, comprinhas, curtimos um pouco aqueles shows de Tango da rua que tem, porque a gente também optou por não ir em nenhum **show de Tango**. Eu já tinha ido com meu pai e com minha mãe e o Duda não quis: ah eu não quero gastar dinheiro porque são caros, **geralmente turísticos**, ah não vamos gastar dinheiro com isso, não é uma coisa que eu goste tanto, acho que não vale a pena [remete à fala do namorado]. Ele falou. Por mim, tudo bem. Eu falei: não eu já fui, acho legal, gostaria até de ter ido. Mas ele estava me bancando, então... não me importei. Mas daí tem os shows de tango na rua mesmo, né? Ali em San Telmo. Apresentações assim, eu curti bastante, apesar de **ter muito turista nesse lugar. É um lugar bem de turista.**

(13O)

Turístico: tradição; feira de San Telmo, lugar de turista; espetáculos de show de tango, caro.

E chegaram a caminhar em torno da feira por ali?

Não muito... um pouco porque caminhamos um pouco para pegar um ônibus para ir embora. Mas eu notei, não sei se era porque era domingo, ali em San Telmo tem menos comércio do que tem para o centro. Tem alguns cafés, não tem tantos.

De noite retornaram para o jogo?

Daí fomos para o jogo. O que me surpreendeu muito em Buenos Aires foi a segurança, mesmo em La Boca.

Fiquei impressionada com a **segurança**, acho que é um destaque. Porque mesmo com toda essa **crise** que eles tiveram, o desemprego e aumento da criminalidade, porque **Buenos Aires já foi uma cidade européia**, como eles dizem né? E na segurança era uma segurança de Europa. Hoje em dia não é mais, mas me surpreendeu bastante. A gente foi super tranquilo de ônibus, para voltar a gente ia pegar um táxi. Mas sem querer a gente pegou caminho errado e a gente não tava conseguindo pegar táxi, tava tudo cheio do pessoal do jogo. Aí a gente viu um ônibus passando, chamado congresso, que era pertinho do nosso hotel. O ônibus vazio. Daí a gente só descobriu o lado da rua que tinha que pegar o ônibus e pegamos o ônibus para voltar. Isso era o quê? **Nove da noite, num domingo, que teoricamente seria um dia em que o público nos ônibus piora, não tem tantos trabalhadores**, e a gente pegou super-tranquilo.

(13P)

Descreve a cidade a partir da crise e das condições sociais que se configuraram a partir dela. Remete ao imaginário da cidade européia.

Traz teoricamente a condição urbana e os fluxos ritmados pela ordem do trabalho. A dispersão do fluxo urbano no cotidiano.

A gente sempre tem essa impressão de que o **portenho tem nariz empinado**. Pode até ser, em relação ao interior da Argentina. Mas isso não me atrapalhou de uma maneira assim: aí que gente antipática, nojenta... De maneira geral foram super hospitaleiros, gente nos dando informação direitinho, atenciosos... Um que outro motorista de ônibus que era meio mau-humorado. Atendimento em lojas, tudo bem, tudo ótimo...

(13Q)

Sobre o estereótipo criado acerca dos portenhos. Desconstrução.

Ma os preços eu achei... a comida um pouco mais cara do que aqui, porque eles não têm esse buffet a quilo que nós temos aqui. Para compras, achei que fosse estar mais barato, mas nem tanto. Algumas coisas valem a pena. **O meu objetivo não era compras**. O meu objetivo não era, **porque a gente queria passear**. Ele até queria comprar mais.

(13R)

Passear é diferente de comprar. Passear e conhecer está relacionado a bater perna, caminhar.

Vocês aproveitaram mais os passeios?

Foi. Ele ainda fez mais compras, em lojas de esportes. Homem né? Homem sempre gosta de ir para loja de esportes no exterior e ver camiseta de time, quanto é que é... Compras, a gente até fez, mas não foi o nosso objetivo. E alfajor que a gente trouxe os Havannas da vida assim. Nosso objetivo mesmo foi passear e conhecer... **O objetivo principal foi isso: bater perna e conhecer caminhando.**

(13S)

Lá eles caminham muito. É engraçado assim que tu pergunta assim: ah, onde fica a loja tal? **Eles te respondem**: ah é pertinho, umas oito quadras. Não tu não vai caminhar muito, no máximo umas dez, doze quadras. Tranquilo assim. É cultural, porque tem lugares que eles dizem: ah... longe, umas dez quadras. Ahhh é umas DEZ quadras daqui. Já fala num tom de longe. Lá não. Mais de uma pessoa nos falou assim: não, nem vale a pena pegar ônibus, é umas dez quadras. Acho que eles caminham

Sobre a percepção dos locais.

bastante. Achei eles bem tranquilos da indicação, assim, de te mandar caminhar.

Transporte lá é baratíssimo. O metrô é setenta centavos e o ônibus é oitenta centavos. Muito barato mesmo. Bem em conta. Claro que o metrô tem certos limites, mas tem ônibus. A gente tentava **evitar esses horários de pico**. No primeiro dia a gente pegou o metrô às seis da tarde e eu quase fui esmagada, literalmente, fui sufocada dentro metrô, não conseguia sair do metrô, fiquei presa, fiquei braba, assim... Ah, então já que a gente não precisa pegar esse horário, **a gente não ta trabalhando**, vamos evita esses horários. Às vezes a gente olhava no relógio e era seis. **A gente entrava em um café: ah vamos tomar um café, uma água e vamos dar um tempo para pegar o metrô e evitar esses horários**. Não tinha por que a gente pegar o metrô, esse horário era muito, muito cheio.

(13T)

Tensão entre o tempo do turismo e o tempo do trabalho.

No caso, tu teria vontade de voltar? E se tu voltasse o que te chama atenção.

Eu voltaria, mas eu não voltaria ano que vem, eu daria um tempo. Se eu tivesse que juntar um dinheiro talvez eu fosse para outro lugar. Mas eu voltaria pelo custo benefício, porque para nós é perto, pouco tempo de voo, a passagem não está cara, apesar das taxas deixarem bem mais caro, porque é um voo internacional.

(13U)

As facilidades da cidade em relação a Porto Alegre.

Mas o que me faria voltar lá? Eu acho que é **o clima, não é o clima de tempo**, porque a gente pegou frio e tal. Mas eu acho que é os **ares de Buenos Aires. É lindo! Tu anda na rua e tudo é lindo**. Tu tem vontade de **andar na rua e olhar pros lados e olhar para cima, para os prédios**. Sabe? É gostoso assim, de andar na rua, de **olhar tudo**, de curtir assim... eu acho que eu ia gostar de levar alguém que nunca tivesse ido entendeu? Talvez se fosse eu e alguém que já tivesse ido também a gente não ia querer conhecer a Praça de Mayo. A gente já conhece. É legal de levar alguém que nunca foi e fazer tudo de novo. Tudo que fiz fazer com a pessoa para ver a pessoa se **encantando, olhando tudo e curtindo bastante**. Acho que é isso. O que atrai lá é... não dá para dizer assim: ah é as pessoas, porque as pessoas lá não são assim as mais simpáticas do mundo, mas também não são antipáticas. O preço das compras nesse momento não foi o que nos atraiu. **Acho que é gostoso mesmo**. A comida, a comida boa... **aquele clima gostoso assim**... Quem sabe eu podia voltar lá no final da libertadores. Grêmio e Boca, já que eu gosto de futebol.

(13V)

As expressões, os Ares de Buenos Aires, o clima, representam a insuficiência lingüística para descrever as formas sensíveis da vida e a complexidade da cidade no que tange seus fluxos e seus fixos, os lugares praticados (andar na rua e olhar pros lados e olhar para cima, para os prédios... olhar tudo).

Antes eu viajava com a minha mãe, a minha mãe prefere fazer tudo certinho. Quando nos levava para viajar era com excursão. É outro tipo. Tu conhece tudo, mas tu entra no ônibus desce na Praça de Mayo, entra no ônibus... tu acaba não observando se tu ta indo para norte para sul, para leste ou para oeste. **Mas quando tu ta sozinho, tu tem que fazer tudo, tu aprende legal, assim, tu pega o mapa**, tu tem bem a noção de distância. Pega um ônibus e vê quanto tempo que leva para cá e para lá. Eu gosto bastante de viajar assim agora. Hoje eu prefiro esse tipo de turismo para conhecer melhor. Errar, pegar o ônibus errado, desce no lugar errado. Daí tu aprende né? Daí tu não erra mais. Aprende, mas daí tu te diverte com isso porque de repente tu desce errado, caminha um pouco mais do que tu queria caminhar, mas daí tu já conhece um pouco mais, essas coisas assim. Eu gosto desse tipo de coisa assim, hoje e dia.

(13X)

Sobre as experiências turísticas.

O programado, a excursão, desorientação, conhecimento parcial.

O independente, as descobertas das caminhadas, o conhecer a cidade um pouco mais.

O discurso gira bastante em torno do caminhar e descobrir a cidade, desvendar seus itinerários, bairros, interiores e suas práticas. Percorrer os caminhos por conta própria para conhecer mais a fundo.

(14) M. Flávia

Faixa etária: 30 – 40 anos.

Formação: Professora de História aposentada

Entrevista realizada na residência da entrevistada.

Contextualização.

Bom, vou te resumir. Eu devo ter ido umas quatro, cinco vezes para Buenos Aires. Fazendo coisas bem diferentes. A primeira vez que eu fui eu fui de fuca, via Uruguiana, Rosário, Santa Fé, cinco pessoas. Eu era solteira. Nós éramos cinco colegas de segundo grau. Já estávamos todos na faculdade. Foi uma experiência incrível. Foi uma época que o peso estava muito baixo. Tava muito favorável para nós e foram dezoito dias, muito tempo. Um dos meus colegas já tinha ido muitas vezes para lá, tinha parentes lá. Então, posso te dizer assim, da pior boca da Boca até um concerto da filarmônica de Buenos Aires no teatro Colón. Então eu aproveitei muito, tudo que tu pode imaginar, que cinco universitários possam fazer em uma universidade como Buenos Aires. Depois eu voltei com meu marido, minha a minha filha, já é uma outra situação. Depois eu voltei de novo numa outra excursão e depois numa outra excursão. Então, resumo: sou fascinada por Buenos Aires. Então, tenho muita coisa para te contar, muitos lugares que eu visitei, e se tiver que voltar, eu volto de novo.

No caso, em Buenos Aires, o que te leva a retornar tanta vezes? O que te encanta?

(14B)

Buenos Aires: *ar europeu*

O que me encanta? Tudo me encanta! Não conheço a Europa, mas acho que **é um ar europeu muito acentuado**. Acho que eles têm um **amor pela própria cidade** e acho que passa isso para a gente. A cultura deles. O Tango, eu adoro o Tango! Eu adoro assistir um show de Tango, eu sou fascinada. **Aqueles cafés, tu te sentar, ficar horas ali sentada, olhando o movimento**. O metrô é uma coisa que eu acho muito interessante. É uma coisa muito interessante para nós. Eu acho que eles são **muito educados, muito envolventes**. Admiro muito, por exemplo, o amor que eles têm pelo futebol... Tudo! Acho que tudo. É uma que eu acho, eu moraria. A **língua espanhola** me fascina muito também. E uma coisa que eu percebi, fazendo uma comparação, eles amam a terra deles e fazendo uma comparação a outras cidades que eu conheci na argentina, isso também a gente nota bastante: eles são muito orgulhosos da sua terra. Buenos Aires, eu acho assim, eles talvez não sejam tão receptivos porque eles são um pouco cheios. O portenho é cheio, ele é orgulhoso demais até. Mas acho que isso não é empecilho para a gente ir para lá.

Portenho: amor pela cidade, orgulhoso, educados, envolventes e cheios.

Cultura: tango

Cafés: passar o tempo; observar o movimento.

Atratividade: o ar europeu; a língua espanhola; o povo; os cafés e o movimento; a cultura do tango; o metrô.

Gosto muito da história - sou professora de história aposentada. Gosto muito da história deles. Por exemplo, a história da Evita Perón me fascina, toda... vivi aquela época, acompanhei muito pela imprensa aquela época da Isabela Perón e da volta do Perón da Europa, quando ele voltou e assumiu de novo. Acompanhei toda queda da Evita Perón. Quando eu fui para Buenos Aires pela primeira vez com meus amigos ela tava entrando em decadência o governo dela, depois entrou o o governo militar e a coisa complicou para eles bastante. Enfim, tudo! Amo tudo me Buenos Aires!

(14C)

Mediação profissional: apresentação das transformações através de uma história política.

Tudo?

A comida, os cafés... Caminhar, caminhar, caminhar, acho muito fácil caminhar em Buenos Aires. A facilidade que tu tem para de ir de um bairro a outro. Tu entra num metrô e num instante tu tá lá do outro lado da cidade. E **sempre tem uma coisa para se ver**. A arquitetura deles é belíssima. **Só sair a caminhar já é o suficiente**. Tu pode caminhar dois três dias, observar todos **os edifícios, os parques**. Aqueles dezessete dias que eu passei com meus colegas eu me formei em Buenos Aires

(14D)

A atratividade: gastronomia; cafés; nos trajetos (caminhar); arquitetura; os parques (práticas, tomar sol); o vislumbrar.

Uma coisa que eu acho super-importante, a primeira coisa que eu faço quando eu chego em uma cidade, é comprar um mapa. Eu acho um **mapa importantíssimo para tu poder te movimentar**. Tu com um mapa em Buenos Aires tu vai para qualquer lugar porque tudo é fácil.

(14E)

O mapa: facilidade de locomoção e autonomia.

Buenos Aires: uma cidade de fácil deslocamento.

E agora, essa última vez que eu estive lá de passagem para Patagônia, eu conheci **Puerto Madero**, que eu não conhecia. Que eu achei fascinante também toda a exploração que eles estão fazendo daquela zona

(14F)

Associação do Puerto Madero com a zona portuária de Porto

portuária ali. Que é uma coisa que falta em Porto Alegre. Que a gente tem tudo para fazer aqui, mas infelizmente falta vontade política e dinheiro e eles conseguiram fazer isso.

Alegre.

E outra coisa, que a gente pode dizer é a **capacidade do portenho de superar toda a crise** que eles conseguiram superar. Que eu acho que eles investem muito no turismo e eu acho isso super-importante.

(14G)

Buenos Aires e a crise.

E quais os lugares tu indicaria?

(14H)

Basicamente, o turista, aquele mais *light*, o que ele tem que fazer em Buenos Aires? Ele tem que ir a **Puerto Madero jantar**. Ele tem que **sentar num café, passar uma tarde** naqueles cafés maravilhosos, com aquela **decoração de mármore**, aquelas coisas, **aqueles cafés bem tradicionais**.

Puerto Madero relacionado aos restaurantes e à gastronomia e não a caminhadas na sua extensão, por exemplo.

Ele tem que, a Florida, caminhar tudo aquilo ali. Ele tem que assistir um **show de Tango**, com certeza. Ele tem que ver o **comércio**, tanto aquele comércio ali da **Florida** quanto o comércio do **Onze** – não é um comércio de primeiríssima, mas **faz parte da cultura deles**. Ele tem que **andar de metrô**. Ele tem que ir à **Casa Rosada**, fazer todo **aquele complexo na volta da Casa Rosada** ali. Ele tem que ir lá no congresso do outro lado, de preferência **vai a pé pela rua e volta depois de metrô**. Ele tem que ir ao **cemitério** ver ao **mausoléu da Evita**. Esse aquele turista mais *light*.

Cafés: passar um tempo; tentativa de descrição das formas e categorização – Gap, “aquelas coisas”.

As vias comerciais relacionada à especificidade (deles): Florida e Onze.

Caminhar e andar de metrô para conhecer e ver.

Pontos turísticos tradicionais: Praça de Mayo, Casa Rosada; o Mausoléu da Evita; show de Tango.

Depois aquele outro turista, que gosta mais da **parte cultural**, ele tem que ir às **livrarias**, com certeza. Tem **museus**: o museu da evita, o museu de arte moderna. Tem uma série de coisas. O **teatro Colón**.. agora ta em reforma né? Mas, assim, **assistir uma peça**, tem programação bastante barata, e **fazer o tour pelo Colón**, que é uma coisa fascinante aqueles três andarem mais para baixo – que é uma **aula de teatro, de cultura**, todos aqueles museus que eles tem lá para baixo. O que mais? Ah, tem que **ir na Boca, assistir um jogo** de futebol, qualquer pessoa acho que tem que assistir. E acho assim, principalmente assim, **fazer as coisas que eles fazem: andar de metrô, de ônibus. Tu tentar viver como o povo do lugar o máximo que tu puder. Ir naquele aqueles lugares que eles vão: Parque de Palermo ao domingo, no zoológico. Tentar entrar na vida deles. Isso é mais importante para a gente conhecer o lugar.**

(14I)

O âmbito cultural: livrarias; museus; teatro (peça e o tour); assistir um jogo; inserir-se no movimento e nas práticas.

O Tigre traz o lado natural da cidade.

O light parece ficar mais na experiência visual, mesmo inserindo-se no movimento. Já o cultural evidencia o praticar as práticas locais.

A fazer o passeio do **Tigre** também, né? Essa **parte da água** que eu fiz todas as vezes que eu fui. Mas eles têm uma **natureza** fantástica [*fala da Argentina*].

Mais especificado em Buenos Aires, a **localização** de Buenos Aires é uma coisa **fantástica**, porque a **história** dele sé muito rica, né? Essa localização foi estratégica para economia deles, a riqueza toda na II Guerra Mundial. Ta certo que eles receberam nazista e muito dinheiro da Alemanha pós Guerra vir para cá, e isso ajudou no desenvolvimento deles. A história da Evita é uma coisa fascinante. Eles têm um lado nebuloso, claro, toda a ditadura militar, mas eu acho que isso não tira o fascínio que a Argentina e Buenos Aires exerce sobre as pessoas.

(14J)

Mediação da escolha profissional: faz uma associação entre localização espacial e a história.

Não deixe de visitar Buenos Aires. Isso é uma coisa que eu sempre digo. Que é uma coisa tão **perto de nós**, de **fácil acesso** para a maioria das pessoas e acho que **uma grande cidade da América da Sul** que a gente tem que conhecer realmente.

(14K)

Proximidade e facilidade de acesso: gaúchos.

Buenos Aires: caracteriza como uma grande cidade da América do Sul.

Fala do ponto de vista de uma conhecedora da cidade, tomando, por vezes, a forma discursiva de um

gatekeeper.

(15) Vanda

Profissão: professora de inglês já aposentada.

Faixa etária: 60-70

Entrevista realizada no domicílio da entrevistada, pela manhã.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

Bem, então a colocação é como eu sinto Buenos Aires?

Bem, Buenos Aires faz parte da vida dos gaúchos, sem dúvida alguma. Não só pela proximidade, porque a viagem se torna muito perto, mas porque as culturas... há semelhanças nas culturas. Então, acho que basicamente é esse grande interesse, o despertar, vamos dizer assim, desse interesse pelo Gaúcho.

(15A)

Proximidade entre Porto Alegre e Buenos Aires.

Proximidade cultural. Familiaridades. Associação com a cultura do gaúcho.

Eu, já há uns quarenta anos, eu frequento Buenos Aires. Então em várias fases da minha vida Buenos Aires foi um local de viagem, sempre em momentos muito agradáveis. Não só pela questão da viagem, mas pelo clima, pelo ambiente que se... entende? Hoje eu tenho um companheiro que é argentino, vive há quarenta anos no Brasil, então hoje é comum a gente ir todos os anos à Buenos Aires. Nós vamos, assim, sempre à Buenos Aires.

(15B)

Contextualização

Mais adiante a palavra ambiente estará associado ao europeu e aos prédios.

E uma das coisas que mais chama atenção e que a gente jamais deixa de fazer é **idas a shows**. O que não se tem mais aqui no RS, não se tem mais em Porto Alegre, shows do porte dos shows que se apresentam em Buenos Aires. Para tu teres uma idéia, no ano passado se viu *Don Quijote de la Mancha*, que foi uma peça que tava em cartaz em Londres e depois, naturalmente, que ela foi adaptada e ela foi para Buenos Aires e a gente teve oportunidade de vê-la. Agora, nesse momento, tá passando *Cabaret* lá. Então, nós não estamos podendo ir agora nesse mês, mas acredito que em agosto se vai. Eu não sei se essa peça teatral vai estar. E o **interessante** de Buenos Aires é **essa diversidade**. **Não é só a questão do Tango**, que sempre chama muita atenção, **mas essa questão cultural, as oportunidades que se tem**. Inclusive, eu estou te falando nesse momento em **peças teatrais de grande porte**, mas tem outras menores, **peças do tipo out off Broadway** que vão à Buenos Aires. Também se viu aquela *Sweet Charity* que estava passando também na Broadway. Então eu acho que esse aspecto cultural é super-importante.

(15C)

Tensão entre atrativo turístico e a atratividade.

Atrativo turístico: aquilo que já é sabido como valoroso – o tango.

Atratividade: a diversidade da oferta cultural – peças de teatro de todos os portes.

Claro que eu já não faço mais as caminhadas em todos os **pontos turísticos** que já se conhece, mas há uma atração muito grande a voltar a se fazer coisas que já se fez muito. Entende? Tamanho é **o interesse que desperta os prédios**, que tem toda uma **cultura européia**, tu te sentes exatamente na Europa com aquele **ambiente**.

(15D)

O turístico associado à arquitetura, aos prédios, aos fixos e às camadas histórico-socioculturais que essas remetem: o ar europeu, a colonização.

A **gastronomia do povo e da cultura argentina** é algo, assim, fantástico. **Não só a parrillada**, que é **típico**, característico de lá, **mas como qualquer outros pratos** e a **diversidade de restaurantes**.

(15E)

A tensão entre o que é turístico e o que não é.

Porque, **todo turista**, quando ele vai, o que ele faz é ir mais a **pratos típicos da parrillada**. Então **se conhece pouco da cultura gastronômica** de Buenos Aires, entende?

Turístico: é típico, a parrillada, conhece pouco da gastronomia de BsAs.

Então é interessante **buscar outras alternativas** de restaurantes. Então eu já fui a todo tipo de restaurante. Especialmente **aqueles que não são para turista, que são do argentino**. O argentino é que vai. O povo argentino ele é formado basicamente de italianos. Existe, assim, 70% de italianos e 30% de espanhóis, vamos dizer, na formação do povo, na origem. Então, o que se tem também é aquela variante da comida italiana. **Então é muito interessante se ir a locais onde não vai o turista, e sim o povo**.

Atratividade: outras alternativas gastronômicas do cotidiano, do local, que não são para turistas.

Existe um local que se chama **Guerin** lá, para tu teres uma idéia fica na avenida Corrientes, que é a melhor pizza que eu já comi. Claro, porque os proprietários são italianos e a característica desse local é bem... ahmmmm... do povo. Muitos saem na madrugada, ou depois dos shows, ou gente que anda passeando na rua e entram no *Guerin* (durante a noite que eu estou te falando, não só, durante o dia também) o que é característico é que eles servem a famosa empanada na entrada do restaurante os argentinos comem a empanada de pé, é típico, tu entras em um restaurante tem um lado, assim, todo ele que serve especialmente a empanada, há outros pratos, mas especialmente a empanada. **Então tu vê nas saídas do teatro, como eu estava te dizendo, de manhã, de tarde, a qualquer hora, as pessoas entrarem pedirem uma empanada**, geralmente carne, que é a melhor empanada que tem, **comem de pé – é típico, é característico, é a escolha – e saem para os seus trabalhos, para as suas ocupações, enfim...**

(15F)

A atratividade dos interiores: a gastronomia adversa (pizzaria, empanada); práticas locais e o cotidiano.

Então é muito interessante **tu observares a gastronomia não só pelo lado do prato famoso, e típico e que todos vão, que é carne, que é a parrillada, mas também outros tipos de restaurantes e comidas.**

(15G)

Tensão entre atrativo turístico e atratividade.

Falando em gastronomia, oferecem também uma **grande quantidade de restaurante exóticos e diferentes** que a gente também, nas primeiras vezes que se vai, não se usa esse tipo de alternativas. Então é muito interessante. Uma experiência, assim, foi num restaurante cujo nome é **Austin**, ele é da Noruega. E é interessantíssimo o restaurante. Muito... ahmm... não é a beleza do restaurante, porque era uma garagem que foi transformada em restaurante e lá então se come a comida norueguesa, o peixe norueguês, a cerveja criada por eles. É muito interessante. Como não fica muito perto, no Palermo Viejo, que é mais distante, as pessoas normalmente não vão. Esse é norueguês. Ele chega a ter uma sofisticação, mas ele é típico restaurante norueguês.

Atrativo turístico: a parrillada, típico e famoso para os turistas; um resumo da diversidade gastronômica.

Atratividade: a diversidade das ofertas gastronômicas; a diversidade da culinária argentina; o cotidiano; do local; comida urbana argentina.

E existe da mesma rede, dos mesmos proprietários, que se chama casa cruz, que lá se chama comida típica argentina, mas a **comida urbana argentina**. Ou seja, **a comida que o argentino come todo o dia. Porque a gastronomia na argentina não se resume unicamente na parrillada como nós brasileiros costumamos a ver e a apreciar. Não existe muitos outros tipos e outras oportunidades de se comer, então, mais do que a parrillada, outros tipos, outros pratos.** Também é típico lá, e isso deve ter sido a influência inglesa, a batata. A batata é uma especiaria. Eles tornam da batata inglesa, que nós chamamos aqui, um verdadeira especiaria. Então eles tem todo tipo. Nós os gaúchos conhecemos mais as batatas fritas: las papas fritas. Mas há uma outra gama interminável de pratos feitos com batata e todos eles, assim, excelentes.

A descoberta dos interiores.

Já que estamos falando de gastronomia também, a alternativa que eu acho que é indispensável para todos os gaúchos, para nós todos irmos, inclusive o Brasil inteiro, atraídos pela parrillada pela carne, que realmente é muito boa, é o Puerto Madero. Restaurantes típicos que tem lá, além de sofisticados, restaurantes, caros e sofisticados. Existe um que se chama *Siga la Vaga* que é um restaurante muito acessível em preço, onde há parrillada e uma gama muito grande de saladas que é uma coisa típica com a batata que eu me refiro.

(15H)

O Puerto Madero com sua oferta de restaurantes sofisticados; associação ao que é turístico, o típico que quem vem de fora deve ver, nesse caso, a parrillada.

E voltando, então, à cultura da argentina na música. Claro que o Tango é a maior representação da música argentina. Na verdade, se a gente conhece um pouco da vida do portenho vai se entender muito bem o Tango. O Tango, na verdade, ele expressa a forma de ver do povo argentino. Ele é apaixonado, o argentino é apaixonado. O argentino se rasga todo. O sofrimento de afeto, especialmente, realmente é um verdadeiro sofrimento. Eles têm toda aquela paixão do povo italiano, somado ao povo espanhol. Então o argentino é extremamente apaixonado. E o Tango, além de toda aquela sensualidade da dança, expressa exatamente a questão do sofrimento, da dor, da paixão é claro, mas essa questão apaixonada. Eles sentem como se fossem um Tango.

(15I)

O Tango como expressão do portenho.

O portenho se sente um Tango.

O tango: apaixonado, sofrido, afetuoso, sensualidade da dança.

É impressionante isso. Claro que para nós, gaúchos e brasileiros, o

(15J)

que nós chama muito a atenção na dança é a dança em si, que é uma dança extremamente sensual. E a gente nem sempre agente se detém para analisar as identificações: assim como um samba faz parte do Brasil, pela alegria contagiante, por toda situação que o brasileiro é, porque o brasileiro sofre, sofre, sofre, e tira no carnaval, no futebol ele compensa as dores e as mágoas. No caso do argentino não é uma questão de compensar as mágoas é de expressar as mágoas. Porque o Tango é sempre sofrido. As letras do tango são sempre sofridas. Então sem dúvida alguma é isso que atrai muito os gaúchos. É sempre bom ver, por outro lado também, tentarmos descobrir a parte psicológica do povo.

Associação do Brasil com a Argentina.

Atração da dança: Sensualidade.

Atratividade: o lado psicológico, o lado cultural e expressivo da música.

E quando vocês vão, vocês chega a assistir teatros de tango?

(15K)

Muito, muito... é obrigatório quando se vai. A gente sente que é obrigatório o que? Para nós é **obrigatório**: uma peça de peso, **uma peça teatral de peso** geralmente que a gente possa comparar, que se sabe que está em Nova York; depois é obrigatório uma peça de Tango, ou um show, não precisa ser necessariamente uma peça. Porque, na verdade, o teatro que se expressa mais no Tango são os teatros de revista, que lá tem muito. Mas **qualquer apresentação de Tango** com caráter teatral a gente opta também. Então, existem vários locais no bairro de **San Telmo**, que é um dos bairros mais antigos, que lá existem casas em que fazem do Tango um teatro. Então, o pano de fundo, tudo gira em torno do Tango, mas na verdade **eles fazem uma peça teatral, com todas as características de teatro**. Existem muitas casas de show. A gente tem que dispor de verba para não perder a oportunidade.

As atividades culturais e a espetacularização do Tango.

Depois, Tango tu vê na rua, tu vê em tudo quanto é lugar. Na frente da galeria pacífico existe uma dupla que dança tango, assim, o dia inteiro e há muitos anos. São artistas. Essa parte aí é muito triste que acontece com o artista portenho, que é assim, óh.

(15L)

Buenos Aires vivia intensamente a questão da noite né? Do Show. Havia casas fantásticas, locais maravilhosos, em que havia muitos artistas e muitas oportunidades também. Mas com todas as crises políticas que se passou na Argentina, o que aconteceu de fato foi que grande quantidade desses artistas, que tinham as suas fontes de trabalho essas casas de espetáculo, sobraram. Não teve oportunidade para todos.

Demonstra um conhecimento profundo da realidade portenha, articulando a crise não apenas com as transformações das condições materiais e estéticas da cidade decorrentes (sujeira, por exemplo), mas às condições de vida de modo geral. Consegue ver o pano de fundo, a conjuntura social, da realidade que se apresenta diante dos turistas.

Então, muita gente boa, inclusive, artistas bons, renomados, tiveram que usar de recursos dos mais incríveis possíveis. Muitas vezes, o que se vê na rua, tu chegando no por exemplo bairro La Boca, tu vai ver quantidades de parejas, que eles dizem, as duplas, dançando o tango na rua. Eles colocam um toca disco e ficam dançando ao som de um Tango para mostrar a arte deles e receber, assim, uma moeda. O mesmo se passa com os que ficam, por exemplo, na frente da Galeria Pacífico, na Rua Florida, que é a rua principal, que hoje já não é mais o que era antigamente. Mas eles ficam, essas parejas, também da mesma forma, dançando o tango e se submetendo a receber as monedas, que seriam o que é o ganha pão deles. E nós todos vendo aquilo como uma coisa enostada, como algo... diferente e tal.

Traça relações com os artistas que se apresentam na Redenção, realidade de Porto Alegre.

Também, aqui em Porto Alegre se vê muito na Redenção, aqueles bonecos estátuas. A primeira boneca estátua que eu vi, bem antes daqui, foi lá. Então, a manifestação artística, característica desse povo e fonte de sobrevivência, tu vê nas ruas, tu vê em qualquer lugar e isso é uma das coisas que encanta também os gaúchos. Por trás de toda essa história há uma história de sobrevivência, de tristezas, mas tu não vê essa tristeza. Tu vê uma artista de rua interpretando e fazendo da rua o seu palco.

E daí vocês caminham bastante?

(15M)

Ahhh, sim... **existem locais que são tradicionais**. Tem tanta coisa para te falar de Buenos Aires. Outra coisa que eu posso te falar, que um local todos vão e eu não deixo de ir, que é a Recoleta. **A Recoleta é um dos bairros mais incríveis**, assim, inclusive, acredito que, **do mundo**. É um **local típico**. É aquela história: **um cemitério convive com as pessoas, com o shopping, com tudo**. Então, é uma coisa **inusitada**. E tudo isso faz

Consegue descrever a Recoleta não apenas focando elementos fragmentados (o cemitério, o shopping Design, a praça, os cafés), mas traz toda a complexidade do espaço

parte desse bairro, que **não seria só a questão do cemitério, onde a Eva Perón está enterrada**, segundo eles. Acho que uma dessas vezes que eu fui, desses últimos anos, eu resolvi ir lá porque eu achava tudo muito bobo ter que ir no cemitério, mas eu resolvi ir. Porque quando tu faz um **passeio turístico, em ônibus turístico é uma coisa: tu vê de fora e tal, o monumento, são belíssimos, aqueles mausoléus são verdadeiras obras de arte, então a gente nunca vê bem o que é**. Ai um dia, eu tava lá, sobrou um tempo e eu fui ver. **O túmulo da Eva Perón não é nada, não tem a mínima graça**. Mas **o que é interessante nesse bairro é contraste de tudo isso** e principalmente os **locais finos**, chiques, tem casas, assim, belíssimas. Uma parte da Recoleta são as **embaixadas com prédios**, assim, neoclássicos de uma beleza incrível. Fora também a questão de **gastronomia, os cafés...** e assim, **finais de semana, sábados e domingos, o povo se estende nos gramados** e ficam, especialmente, lógico, em dias de sol, e ficam expostos ao sol, lendo, pintando. **Há muitos pintores** que freqüentam esse lugar. Há muita diversidade de povos, que vão à Argentina para visitar, mas cada um deles, cada pessoa deixa a sua influência, a sua forma de sentir a praça. Então é muito bonito, realmente é muito bonito a Recoleta.

urbano: “um cemitério convive com as pessoas, com o shopping, com tudo”.

Por isso fala das práticas, dos prédios (fixos) e sua estética, da gastronomia, dos cafés, da praça e essencialmente tirando a centralidade que o valor de atrativo turístico põe sobre o túmulo da Evita (história dos grandes nomes), dizendo que o interessante é o contraste de tudo isso: toda essa complexidade.

A complexidade é colocada no centro da atratividade.

Na Recoleta, um pouco mais distante, mas se passa pela Recoleta em direção a Palermo Viejo, tem assim verdadeiras obras de arte. Existe uma praça. Na verdade eu não sei bem se foi doado um monumento, que é **uma flor**, uma rosa toda feita em metal. E essa rosa, em horários certos ela se abre ao som de uma sinfonia, ao som de Beethoven. É uma coisa muito linda. Imagina tu estares em uma praça, uma rosa em metal começar se abrir e dentro dela sai música. É fantástico. Então tudo isso atrai muito.

(15N)

A atração que os monumentos despertam, mas um monumento que tem certa aspiração à obra de arte (centra a descrição mais nas formas sensíveis do que no fato histórico).

E há museus também. O Gaúcho não vai muito a Museus em Buenos Aires, talvez ele vá em Nova York, mas não vai em Buenos Aires. No ano passado eu fui a um, que me interessou muito, que era também na direção de Palermo Viejo e que é assim: uma casa que era da família Alvear, uma das famílias ais tradicionais de lá, que foi transformada em museu. Então é fantástico. Museu de artes e utensílios domésticos, onde havia mobiliários, fantásticos, da época, e uma exposição itinerante de cristais. Eu vi os mais ricos cristais do mundo que estavam nessa exposição. **Então, é interessante tu ires para Buenos Aires também por esse lado, sair um pouco do habitual** e ver tudo que a cidade pode te dar além, no aspecto cultural.

(15O)

A tensão entre o que é atrativo turístico é o que não é (a atratividade).

A atratividade: o habitual, a oferta cultural diversa.

Interessante é que coloca os museus nessa construção.

Eu acho assim, que todos nós, brasileiros e gaúchos que queremos ir a Buenos Aires, uma das coisas interessantes de fazer é acessar sites, tem sites da cidade fantásticos, e o sites do **jornal Clarín**. Se você quiser se preparar para ir e quiser fazer uma sondagem das peças teatrais que estão passando você acessa: www.clarin.com. Eu sempre faço uma pesquisa antes de ir a Buenos Aires.

(15P)

Novamente trazendo a tensão entre o que é turístico e o que não é.

Atrativo turístico: costumes.

Então é bom a gente também falar desse outro lado cultural, não só costumes, mas o lado cultural. Há muitas coisas para ver. É imensa. De todos esses anos que eu vou eu não vi nem a metade.

A Atratividade: o outro lado cultural.

Nesse caso então, o que sempre vai te levar para Buenos Aires é essa oferta cultural?

(15Q)

É essa oferta cultural e essa cultura, vamos dizer assim. Especialmente essa **cultura do Tango**. É incrível, ele te contagia, ele te toca muito, tu tens vontade de voltar para **sentir aquela forma**, aquela dança, **aquele jeito todo**, que é como o que eu te disse que caracteriza o povo. Interpretar o que o povo sente através da música.

Trata sobre a performance do Tango a partir de um olhar mais atento, aquele que busca o sentido da expressão do Tango.

Sem dúvida alguma Buenos Aires é uma cidade de retornar. Tu não podes ir uma vez a Buenos Aires e achar que já conheceu. Não. Quando tu sai de Buenos Aires sabendo que tu vai voltar. E como nós aqui somos muito perto. Temos disponibilidade de vôos e de até de ônibus. Então é muito interessante.

(15R)

A facilidade de acesso de Porto Alegre

Outra coisa **importante do povo**, que exemplifica bem essa alma argentina, **é a religiosidade**, que a gente não conhece muito bem né? Quando muito se vai à Catedral, se vai a Casa Rosada, é muito próximo, a gente sempre aproveita e entra. **E ao entrar na Catedral, na verdade, se analisa a obra em si**, que é fantástica de Buenos Aires, só que ela tava em obras de recuperação.

[finaliza falando sobre os demais lugares religiosos da grande Buenos Aires, mas falando sobre a prática religiosa].

Acredito que ela quis chamar atenção para a Religiosidade não apenas nas formas materiais das igrejas, mas na religiosidade das práticas do povo.

Todo discurso gira em torno da necessidade de olhar o outro lado, as outras coisas que o turístico não engloba.

(16) Vera

Faixa etária: 50 - 60 anos.

Formação: formação em psicologia. Aposentada.

Entrevista realizada na residência da entrevistada.

Introdução e apresentação da proposta da pesquisa.

(16A)

Contextualização da primeira viagem.

A primeira vez que eu fui a Buenos Aires em 1979 e aí eu fui com meu marido, nós fomos de Buenos Aires e para Bariloche. [Menciona seu gosto pela história, assim como de seu marido, em um trecho que fala sobre o Chile. Porém nenhum dos dois exerceu atividade profissional relacionada à história]

Gosto pela história.

Então assim, pelas fotos, eu posso te mostrar uma das coisas que eu me apaixonei por **Buenos Aires** é essa **arquitetura**, ta vendo? esse tipo de **prédio** aqui que dizem que é em **estilo francês, europeu**, isso aqui tem muito lá... **bem conservado**, e eu há 3 anos atrás, atrás... deixa eu me lembrar [2005 era a data registrada na fotografia]... 2005... dois anos atrás eu fui de novo, e dá para ver como eles conservam. Tu estivestes lá, não sei se observastes?

(16B)

Interesse pela arquitetura e história – o patrimônio.

Descrição de Buenos Aires através dos fixos: arquitetura, prédio, estilo francês, europeu, conservado.

Então eu achei assim, **a praça de San Telmo** uma coisa muito interessante. São Antiguidades, é uma **feira de antiguidades**, lembra um pouco Brique, na época nem tinha **Brique** eu acho em **Porto Alegre (1)**.

(16C)

Comparação com Porto Alegre, associações (1).

E o que mais me encantou foi de ver as roupas.. e, elas, **as moças ficavam vestidas com aqueles trajes desfilando de chapéu para fazer a propaganda**... então elas usavam aqueles trajes... e era um local, eu não sei o nome daquele bairro, que todo **ao redor** ele lembra **essa coisa européia (2)**.

O movimento e os fixos: as práticas e o contexto em que se realizam, o lugar se torna praticado (2).

Livrarias antigas é outra coisa que chama muita atenção em Buenos Aires, a quantidade de livrarias.

O valor histórico - conservação do patrimônio e as camadas históricas (3).

Ao redor a senhora diz a arquitetura?

A arquitetura... **porque ela é numa praça. Então ao redor, assim oh, os edifícios as casas também, parece que é tudo de um outro tempo.** Então isso é uma coisa muito bonita, né?! **Eu dou muito valor quando as cidades conservam os seus edifícios antigos.** Não é que eu seja contra o moderno, não é isso... mas são coisas que valem a pena porque se vê... Assim, a parte da história, né? **Coisas que a gente vai ali e pode lembrar (3)**, ficar sabendo que foi assim, que aconteceu assim, não é?

E outra coisa que eu gosto muito em Buenos Aires, já em 79 a gente foi, é aqueles cafés que tem. Eles têm uma vida, assim, muito urbana. Por isso que eu acho que o gaúcho, que o porto alegreense se identifica, né? Por que a gente não tem praia de mar, como eles ali também não tem. Então tem uma vida cultural, muitos teatros, muitos shows...

(16D)

Associação de Porto Alegre a Buenos Aires pela vida urbana, pela falta de praia e pela existência das atividades culturais.

E a senhora chegou ir em algum show? Assim, essas atividades culturais?

(16E)

Refletindo acerca do show de

Em show eu fui nessa última vez... como é que é o nome... maravilhoso o que eu fui... Não sei, tu fostes a algum?

Sim, eu fui num também. Ah o senhor Tango [identificação da foto], esse daqui é um dos mais produzidos, né?

É... é muito produzido. É um teatro assim... enorme. Aqui assim são mesas né? Tem uma janta. Depois da janta tem um show com não sei quantas pessoas que participam. Até cavalo entra no palco. Contam a história do tango, como é que surgiu, um pouco assim da colonização ali, né? Porque Buenos Aires, ela é uma cidade porteira de portuária, a Beira do Rio ali, né?

Então o que gosto muito é o Caminito. Não sei se tu foi... é coisa que turista vai, né? Mas, com as pinturas e artistas e esse casario. Então aqui viviam as pessoas ali na beira do rio. Então, uma coisa que eles conservaram...

Tango (que se desenrola através de um contexto histórico relacionado à formação da cidade no porto e de desenvolvimento do Tango), chega ao porto, descrevendo a cidade como portuária. Juntando história e localização geográfica.

O turístico: o Caminito como lugar conservado que traz a tona essa história.

E a senhora conheceu só essa parte do Caminito ou chegou a conhecer os arredores?

Assim a gente foi de ônibus, tava em uma turma e a gente caminha ali, fez acho que uma refeição também. Fomos até o porto...

Eu notei agora quando eu fui, porque essa primeira vez que eu fui foi em 1979, e essa outra foi 25 anos depois. O que eu notei agora, que até deixa a gente triste, e eles lá dizem até que já está um pouco melhor, é que tinha **muita pobreza na rua**. Essa rua, a Florida, que a gente caminha ali, então **parece um pouco aqui de Porto Alegre**, quando a gente vê aquelas mulheres deitadas no chão com os nenezinhos. Tu vai aqui na Rua da Praia e na Borges tu vê muito disso, infelizmente. Assim, pedindo uma esmola, pedindo comida, é muito pedinte na rua. Coisa que eu não vi na há 25 anos atrás.

A gente **via aquele povo muito bem arrumado**, muito chique, mulheres muito bem... ahmm... com roupas bonitas, os homens de chapéu... então, **agora, isso eu achei assim um tanto decadente**, aquela parte ali.

(16F)

Comparação das condições sociais de Buenos Aires atualmente com a realidade social de Porto Alegre.

Observa a decadência na população através dos trajés.

Nessa segunda vez eu não fiquei muito tempo, só três dias. Então assim, a gente foi na Recoleta, que ali tu não vê isso. Passeamos, almoçamos, **caminhamos por um parque maravilhoso**, que isso é outra coisa bonita. Que eu acho que Buenos Aires é uma cidade para a gente caminhar. **É uma cidade plana**, o tempo bom de ir é no inverno. Da outra vez que a gente foi era muito quente... Eu acho uma cidade boa de passear a dois, ou em grupo...

(16G)

Vivenciar a cidade pelas caminhadas.

Descrição da cidade: é plana.

Vocês visitaram o Caminito, foram no Senhor Tango...

Senhor Tango, fomos na Recoleta, caminhamos muito, compras, compramos alguma coisa...

Na recoleta?

Não, foi na florida, no shopping. Até teve outro shopping que todo mundo recomendou, mas a gente não foi, não deu tempo. Também a gente não queria estar assim comprando, porque shopping se parece, em qualquer cidade que tu vai é tudo parecido, né?

(16H)

A familiaridade dos shoppings.

Uma coisa muito bonita que nós vimos em Buenos Aires, **na Florida, casais dançando Tango na rua**. Calçadas. Ali junta o pessoal, tem gente tocando, foi muito bonito. Eu achei muito interessante.

Quando eu fui em 79, fiz mais coisas, fiquei mais tempo em Buenos Aires. A gente viu shows que hoje nem tem mais, a gente saiu mais de noite, mais chance, mais tempo.

Até eu fui com meu pai procurar um restaurante que eu já tinha ido em outra época, era uma rua com muito movimento, mas agora tudo decadente. O que é bom agora é lá Puerto Madero.

(16I)

O artistas de rua e o movimento na rua Florida.

A (re)apropriações dos fluxos as transformações dos espaços da cidade.

Sabe aquele Cassino que tem lá? A gente foi até lá só para conhecer. Muito interessante. Coisa para turista mesmo. Apesar de que é um povo que joga muito, né?

No Porto Madero, tem assim, os turistas. A gente vê que ali é o porto e mais para cá é o centro comercial, mais bancário e empresas, então tu vê

(16J)

O misto dos lugares turísticos com as práticas locais.

que o pessoal sai do trabalho para almoçar.

Então assim, eu sou encantada com Buenos Aires. Se tivesse a chance eu ia de novo, né? Mas eu gosto nessa época assim, friozinho, para poder caminhar. Claro que, verão, o que tu vai fazer lá? Então tu fica aqui em Porto Alegre, é muito semelhante o clima.

Quais as diferenças que a senhora acha então que te levaram a ir a Buenos, é tão parecido, o que te levaram a ir?

É porque lá tem mais opções, opções culturais. A outra vez que eu fui com meu marido a gente foi no teatro Colón assistir a um espetáculo de ballet. O que mais me encantava lá, assim ó, é que a gente podia sair de noite do teatro caminhando até o hotel com segurança. Também é tranquilo lá. Ainda é.

Eu acho que é onde a gente aqui de Porto Alegre, do RS, tem uma porta de entrada para ver outras coisas que não chegam até aqui Porto Alegre, mas vezes chegam a São Paulo e Rio e vão a Buenos Aires e não vem aqui. Espetáculos, Shows...

Atividades culturais, acho que é uma grande motivação.

(16K)

As atividades culturais como motivação central. A busca do que não tem em Porto Alegre e que a cidade de Buenos Aires oferece.

Buenos Aires: centro cultural.

E se a senhora fosse voltar quais os lugares que a senhora retornaria ou o que faria novamente?

Eu acho que a **Recoleta** eu iria de novo, só para **passar, ver aquelas casas maravilhosas, os casarões.**

E a Recoleta tem alguma atividade? Porque as casas são embaixadas, né?

São embaixadas, é... eu não saberia te dizer assim se existe alguma casa que é um teatro, realmente eu não sei te dizer. **Eu acho que é uma coisa agradável para os olhos.** Essas **fotos** aqui, porque o **meu marido gostava muito de história**, então **tudo ele fazia questão de mostrar...**

(16L)

O interesse pela história e pela arquitetura. Não observou as práticas.

Passar para vislumbrar.

A fotografia como registro dos interesses.

Essa aqui não é a casa rosada? Que é rosa só na frente, né?

Eu me lembro que o **guia** mostrava que **em uma janela dessas a Evita Perón Fazia discursos.**

Nós paramos em um parque que tem uma estátua da Eva Perón. **Não dá muito tempo, passa e vai mostrando, né? Aqui é tal coisa, tal coisa, tal coisa...** mas eles abriam assim: **olha pessoal, vocês querem caminhar?** Daqui uma hora vocês voltam. Tipo coisa assim, né?

(16M)

O city-tour e apresentação dos dados históricos e memoriais.

Experiência controlada do city-tour, rápida e efêmera.

Eu acho que sempre tem coisas boas para gente voltar a ver ou conhecer de novo, conhecer coisas novas... porque eles andaram com problemas sérios na Argentina.

(16N)

Associação da cidade à crise e às transformações.

E sobre essa identificação que a senhora falou?

Essa identificação, assim, devido ao clima, a gente tem hábitos parecidos, na maneira de se vestir, na maneira cultural. Então, por exemplo, muito diferente do nosso nordeste. Então a gente tem mais pontos em comum com os uruguaios.

(16O)

O sentimento de proximidade identitária da região platina.

Toda descrição acerca de Buenos Aires e dos lugares visitados remetem ao interesse da entrevista pela história. Então, se fixa na arquitetura e nos lugares preservados (patrimônio). Menciona as práticas culturais e realiza constantemente a ponte entre Porto Alegre e Buenos Aires.

(17) TENSÃO ENTRE ATRATIVO TURÍSTICO E ATRATIVIDADE

ATRATIVO TURÍSTICO	
Shows de Tango caracterizados como um espetáculo, alguns bastante produzidos, baseados em uma narrativa histórica, geralmente caro, realizados em casas tradicionais, frequentadas por estrangeiros e relacionados ao que é turístico.	15C, 15K, 12F, 13O, 16E
Gastronomia: tradicional, típico, famoso, <i>Parrillada</i> , <i>Puerto Madero</i> e os	15E, 15H

restaurantes sofisticados.	
Os locais turísticos geralmente só citados, sem descrição, são associados as seguintes características: o básico; o tradicional; o habitual; o já conhecido e a propaganda; os locais relacionados aos <i>tours</i> ; os elementos atribuídos de valor turístico, ou seja, aqueles previamente reconhecidos em geral como atrativos turísticos. Esse reconhecimento do valor turístico também aparece junto à prática de fotografar esses lugares. Os pontos turísticos identificados são: - A Recoleta, os palácios, onde hoje estão as embaixadas, e o cemitério da Recoleta em decorrência do valor histórico, dos grandes personagens (em específico da figura de Eva Perón) e da arte cemiterial; - A Praça de San Telmo e a feira de antiguidades, tradicionalíssima; - A Praça de Mayo e seu contexto histórico; - O complexo da Praça de Mayo: Casa Rosada e a Catedral; - Os prédios e a história sobre a colonização; - Os monumentos, obras de arte, os prédios, o obelisco; - Calle Florida; - O Puerto Madero, os restaurantes e seu projeto arquitetônico; - O bairro La Boca, el Caminito e la Bombonera.	15O, 11C, 7O, 6D, 6F, 6G, 6H, 6I, 8C, 8D, 9B, 9D, 12F, 13B, 13F 13K, 13O, 8I, 8C
Os <i>tours</i> ou passeio turístico associados às seguintes instâncias: ônibus, ver de fora, super-rápido, tempo controlado, passar pelos principais pontos, tirar foto.	15M, 7L, 10J, 9D.
Conhece pouco através do resumo, do superficial, do básico. O turista não percebe o dia-a-dia.	15E, 8K, 13X
ATRATIVIDADE	
A oferta cultural cotidiana que caracteriza cidade com uma vida cultural intensa: peças de teatro para a população local divulgadas no jornal diário; a multiplicidade e quantidade da oferta cultural de grande e pequeno porte; sempre tem o que fazer; o teatro alternativo como algo diferente; os museus em geral. Essa oferta cultural diz respeito ao outro lado cultural, que não o dos costumes apresentados aos turistas, conforme argumentou Vanda.	15C, 11C, 8H, 14D, 14I, 16D, 15O
Buscar o que não tem em Porto Alegre, geralmente a oferta cultural.	10B, 15C, 16K
Esse outro lado também remete à diversidade gastronômica. Quando mencionada, geralmente associada às seguintes qualidades: gastronomia cotidiana, comida urbana, do dia-a-dia, restaurantes exóticos e diferentes. O momento em que os entrevistados buscam apresentar esse outro lado, eles trazem as descrição das práticas e dos lugares cotidianos (as praças para tomar sol, os restaurantes e as empanadas, os cafés e as <i>medias lunas</i> , as livrarias e o hábito da leitura).	15E; 15G; 15F, 15M, 7E, 7N, 8J, 12C, 15E, 13N,
Esse outro lado indica a experiência de estar nos lugares onde o turista não vai, nos lugares do povo, para conhecer a vida do portenho, o local, o povo, como são, como vivem, a cultura. Nesse momento aparecem as seguintes descrições: o Tango como expressão do portenho; o Tango como alternativa econômica diante do contexto social gerado pela crise; a religiosidade do povo; andar no trem do cidadão; passar pelos bairros que não estão no mapa turístico;	15I, 15L, 15R, 6J, 13L, 14I
A perspectiva dos portenhos	13S.
Em algumas dessas descrições estão presentes os arranjos de complexidade, por exemplo: os contrastes dos bairros (os cenários com os fixos e os fluxos / os lugares praticados); uma descrição complexa da Recoleta; a observação de que o cemitério não é só turístico, mas um lugar de luto aos mortos; o zoológico, as crianças e os bichos em um final de semana.	15M, 8C, 13I, 8E
Em suma, viver o cotidiano para conhecer mais o local. Fazer o que eles fazem, ir aonde eles vão, ter os hábitos deles (horário de <i>happy hour</i> no <i>Puerto Madero</i> , ir ao jogo	6B, 8C, 8K, 14I, 13O, 14I, 11F, 8C

do boca, assistir a uma peça de teatro, Parque de Palermo no domingo e o zoológico). O turista inserindo-se no movimento local. Fazer compras (câmbio favorável), ir a restaurantes, ir ao cabeleireiro, coisas do cotidiano.	
A dispersão do fluxo urbano cotidiano semanal, a característica do fluxo dos espaços urbanos, do tempo do trabalho. A importância de considerar esse fluxo para saber em que movimento o turista se insere e quais os melhores dias para ir aos lugares.	7B, 7H, 10G, 13P
<i>Essa forma de inserção ocorre através de uma experiência independente. Na qual a utilização dos meios de transportes é fundamental e o caminhar para descobrir se torna central para descobrir os lugares e estar aberto ao inusitado, ao não programado, às surpresas.</i>	OBSERVAÇÃO MINHA.
Experiência sozinha, independente, caminhar mais por entre uma coisa e outra. Quando se está sozinho tem que aprender a circular e, assim, se conhece mais a cidade.	6G, 13X
Caminhar para conhecer. Caminhar pelos bairros, pelas ruas. Caminhar para sentir a cidade. Caminhar para descobrir.	7R, 8C, 8N, 8O, 10B, 12I, 13E, 13R
A atratividade dos bairros, parques, ruas, vielas, avenidas, e dos seus lugares praticados no cotidiano a serem descobertos (Arcabar, Austin, Gerin, Asian, The Roxi, as redondezas de um bairro marcado pela cultura Armênia, os bairros em si, o zoológico). Nessas descrições aparecem os <i>gaps</i> indicando a insuficiência lingüística para falar de todos os sentidos vividos e percebidos sobre esses locais percorridos, descobertos.	7F, 7N, 15F, 15G, 11E, 8D, 8E, 13D, 13G, 13I, 16G
A língua espanhola	14B
Caminhar para conhecer a passar o tempo. Entrar em algum lugar para fazer um tempo bom.	9D, 10K, 13I
Os cafés, as livrarias, estão por todos os lados, são comuns, é coisa deles, sempre tem gente. São bons para sentar, olhar o movimento e passar um tempo. Os cafés relacionados à vida urbana.	7P, 6B, 10I, 10L, 12K, 13N, 13T, 14B, 16D.
O inesperado, inusitado, não programado (a complexidade da Recoleta, a banda de Samba no <i>Caminito</i> , interação com pessoas locais, o zoológico).	15M, 7M, 10H, 10I, 13G
Localização mais distante do centro, quanto mais distante menos comércio, mais residencial ou com outras características, por exemplo, a vida noturna e a oferta gastronômica de Palermo. Esses locais mais distantes, alguns estão fora do mapa, as pessoas não têm o costume de ir (mencionado por Vanda ao referir-se ao turista iniciante na cidade).	15G, 13L
Facilidade de deslocamento e os meios de transporte.	10D, 14D
A atratividade do metrô	13C, 13T, 8I
O mapa, os meios de locomoção e o deslocamento.	13C, 13X, 14E
<i>Sobre o movimento da cidade e sua complexidade.</i>	
As diferenças do movimento e da manifestação social urbana. A particularidade do movimento de Buenos Aires em relação a outras cidades.	10A, 10M
Os Ares de Buenos Aires e os <i>gaps</i> da insuficiência lingüística.	13V, 10M, 14H
<i>Outras questões observadas</i>	
Palermo	7P, 7N, 7E
<i>San Telmo</i> e o movimento da feira não relacionadas ao que é turístico ou aos	6A, 16C

turistas. Contudo as experiências não eram recentes.	
O tempo do trabalho e o tempo do lazer	13T
OUTRAS MEDIAÇÕES	
Descrever a cidade a partir das proximidades e diferenças (a cultura do gaúcho, o brasileiro e o carnaval, os artistas da redenção, os valores trabalhistas, comparação de tamanho entre as cidades, comparação de <i>Palermo Viejo</i> com Cidade Baixa, comparação da boemia de ambas as cidades).	15A, 15J, 15L, 7Q, 6D, 8B, 8L, 10D, 10F, 12J, 13L, 16C, 16D, 16F, 16O, 10A.
A falta de natureza para os biólogos e a busca de paisagens e atividades relacionadas. Os prédios não chamam atenção dos biólogos para tirar foto, talvez dos arquitetos, diz Carolina – reconhece o valor turístico, mas não a atratividade. No caso do Gustavo era a busca de atividade de aventura outdoor em meio à natureza. Contudo, de modo geral, a mediação das escolhas profissionais também influencia em algumas formações discursivas, como no caso da Caroline e da M. Flávia.	7D, 7O, 9, 8M, 14C, 14J
Mediação Familiar: a apreciação da história, em específico pela história de Eva Perón – algo compartilhado entre mãe e filha. O mesmo ocorre com Vera, a qual menciona seu apreço e de seu marido (já falecido) pela história e pelo patrimônio (arquitetônico).	13 E 14 16K
Os shoppings, não-lugar.	7F, 16H
Reminiscências da vivência de outras cidades, além de Porto Alegre. Nova York, São Paulo e Minas Gerais.	8E, 10M, 12H
Internacional	9B, 10A,
<i>Puerto Madero</i> e a zona Portuária de Porto Alegre.	10E, 14F
A CIDADE, A CRISE, OS PORTENHOS	
A cidade, os prédios e o ar europeu, francês.	11A, 15D, 14B, 16B
A cidade a crise, a sujeira, a desorganização urbana de modo geral, o aumento da violência, a diminuição do movimento no consumo cultural, a mudança dos trajes dos portenhos, a dificuldade dos artistas, a superação da crise pelo povo.	15L, 11C, 7K, 12B, 12I, 13P, 14G, 16F
A cidade é plana.	7R, 9B, 10K, 16G
Desconstrução do estereótipo do portenho.	12E, 13Q
O portenho orgulhoso de sua terra	14C
Uma grande cidade da América do Sul	14K