

*Identities,
Percurso,
Landscape
Cultural*

Carlos Fortuna

[Página deixada propositadamente em branco]

*Identidades,
Percursos,
Paisagens
Culturais*

Estudos Sociológicos de Cultura Urbana

Carlos Fortuna

[Página deixada propositadamente em branco]

*Identidades,
PercursoS,
Paisagens
Culturais*

Estudos Sociológicos de Cultura Urbana

Carlos Fortuna

EDIÇÃO

Imprensa da Universidade de Coimbra
Email: imprensauc@ci.uc.pt
URL: http://www.uc.pt/imprensa_uc
Vendas online: <http://livrariadaimprensa.uc.pt>

TÍTULO

Identities, Percursos, Paisagens Culturais:
Estudos Sociológicos de Cultura Urbana

AUTOR

Carlos Fortuna

CONCEPÇÃO GRÁFICA

António Barros

INFOGRAFIA DA CAPA

Carlos Costa

ISBN

978-989-26-0558-6

1ª Edição

1999 • Celta Editora, Lda.

1ª Edição Digital

2013 • Imprensa da Universidade de Coimbra

ÍNDICE

Índice de figuras e quadros	vii
-----------------------------------	-----

INTRODUÇÃO /Expressões públicas da vida sensível	1
--	---

Parte I / **IDENTIDADES**

1	NEM CILA NEM CARIBDIS / Somos todos translocais	11
	Economia-mundo e desterritorialização cultural	13
	Nação, comunidade e utilitarismo	17
	Fragmentação e translocalidade	19
2	AS CIDADES E AS IDENTIDADES / Narrativas, patrimónios e memórias	23
	Narrativas sobre o espaço e o tempo	26
	As ruínas da cidade e a transfiguração do quotidiano	29
	Os monumentos e o passado indeterminado	36
	Museus e autenticidade	40
	Conclusão	43

Parte II / **PERCURSOS**

3	TURISMO. AUTENTICIDADE E CULTURA URBANA / Trajecto teórico, com paragens em Évora e Coimbra	47
	Economia política e desorganização do turismo	48
	Turismo e cultura visual	53
	O consumo e a estetização dos lugares	56

	Turismo. autenticidade e conforto	60
	Turismo. modernidade e transgressão	66
4	ESTRADAS E SANTUÁRIOS / Percurso socioreligioso	
	dos peregrinos-caminhantes a Fátima	73
	Caracterização dos peregrinos-caminhantes	77
	A gestão do percurso	79
	Religiosidade implícita	81
	Motivações: entre o altruísmo e o egoísmo	86
	Estradas e Santuários: uma economia de troca religiosa	87
	Parte III / PAISAGENS	
5	PAISAGENS OLFACTIVAS / A construção	
	da sociedade <i>trompe-nez</i>	93
	A gramática do cheiro	95
	Odores e modernidade	96
	A sociedade ilimitada dos odores	99
6	PAISAGENS SONORAS / Sonoridades e ambientes	
	sociais urbanos	103
	Ciências sociais e sonoridades	104
	A heurística dos sons e a cidade	111
	Notas	119
	Referências bibliográficas	133
	Índice remissivo	145

ÍNDICE DE FIGURAS E QUADROS

Figuras

2.1	Mensagens promocionais do turismo histórico-cultural	33
3.1	"Portugal...de braços abertos"	52
3.2	Preferências dos turistas nas cidades visitadas (Coimbra e Évora). 1994	55
3.3	Templo Romano de Evora	59
3.4	Autenticidade e conforto pessoal nas preferências dos turistas nas cidades visitadas (Coimbra e Évora). 1994	65
3.5	Hierarquia das necessidades/motivações segundo Maslow	70
3.6	Hierarquia das necessidades/motivações declaradas pelos turistas nas cidades visitadas (Coimbra e Évora). 1994	70
4.1	Respostas com valência positiva aos indicadores de <i>práticas religiosas</i> (em %)	84
4.2	Respostas com valência positiva aos indicadores de <i>crenças religiosas</i> (em %)	85

Quadros

4.1	Peregrinos inquiridos segundo o sexo e a idade	78
4.2	Peregrinos inquiridos segundo a situação perante o trabalho	78
4.3	Peregrinos inquiridos segundo tomada de decisão de peregrinar	80
4.4	Peregrinos inquiridos segundo os motivos da peregrinação (em %)	87
4.5	Peregrinos inquiridos segundo os motivos e destinatários da promessa (em %)	87

[Página deixada propositadamente em branco]

Introdução

EXPRESSIONES PÚBLICAS DA VIDA SENSÍVEL

Os gregos da Antiguidade podiam perceber, com o seu olhar, as complexidades da vida. [...] Aquilo que em tempos fora a vivência do lugar surge agora como operação mental flutuante.

[Richard Sennett, *The Conscience of the Eye*]

O presente livro reporta-se a uma variedade de temas que a Sociologia tem tratado de modo desigual, por vezes, de forma assistemática e, nalguns casos, tem mesmo ignorado. São várias as razões para este interesse oscilante da Sociologia por alguns dos temas aqui tratados. Um derivam directamente da sua matriz epistémica, outras resultam da natureza política das opções (e das omissões) científicas e de investigação em Sociologia. Sem nos determos sobre este aspecto, importa realçar nesta apresentação que os textos que agora se reúnem, todos eles já editados anteriormente,¹ têm em comum uma preocupação analítica e interpretativa relativamente a várias expressões públicas da vida sensível.

As identidades, os percursos e as paisagens que aqui se discutem revelam-se outros tantos sinais de uma longa modelação das formas de relação comprometida dos sujeitos com a cultura contemporânea. Esta é, nos nossos dias e de forma crescente, uma cultura expressiva, em que abundam práticas de externalização e de objectivação dos sentimentos, gostos e preferências dos sujeitos. É também, cada vez mais e por isso mesmo, uma cultura de confronto dos sujeitos uns com os outros e de todos com os ambientes físicos, temo-informativos e sociais que os rodeiam. Todavia, ela não deixa de ser também uma outra cultura de internalização, subjectiva e intimista, que potencia o confronto dos sujeitos consigo próprios, com a sua condição ontológica, os seus trajectos e antecedentes. A subjectividade e a auto-reflexão são terrenos de negociação dos sujeitos com a cultura objectiva que os cerca e interpela.

Esta cultura objectiva contemporânea é principalmente uma cultura de definição de distâncias e de demarcação de fronteiras. As mudanças sociais

e políticas bem como o jogo do mercado impõem uma contínua reorientação dos sujeitos. Em consequência, as fronteiras não são nunca estáveis e os critérios da sua definição recompõem-se a cada instante, fazendo ajustar permanentemente o que está para cá e para lá dessa demarcação.² Este movimento da fronteira revela a porosidade de que são feitas as identidades dos sujeitos, do mesmo modo que testemunha a contaminação existente entre as esferas pessoais e privadas e as esferas colectivas e públicas da vida social. Se, no dealbar da modernidade, o *flâneur* retirava a máxima gratificação pessoal do anonimato conseguido na esfera pública da rua da cidade, hoje, a mais recôndita expressão da individualidade — o corpo físico dos sujeitos — é um *medium* da expressão e valorização pública da identidade pessoal. A "imaginação do centro",³ ou seja, o desejo de inclusão e de reconhecimento públicos parecem pautar os modos de auto-definição dos sujeitos e grupos sociais. Porém, numa sociedade e numa cultura que se globalizam, esta imaginação do centro convive de perto com a radicalização da diferença e a construção de comunidades imaginadas. As fronteiras não estão apenas em movimento contínuo, elas são também objectos magmáticos, fruto de construções simbólicas, por vezes mesmo fantasiosas e caóticas.

Ambivalência, hibridismo, representação, terceiro espaço, poderes cósmicos e caósmicos, cosmopolitismo estético, entre muitas outras, são algumas das categorias que passaram a povoar o léxico político e sociológico mais recente. O que pretendem é, a um tempo, dar conta das novas configurações e ordenamentos sociais e problematizar algumas das nossas mais arreigadas convicções.

Neste livro, de uma ou outra forma, são várias as ocasiões em que se problematizam algumas dessas convicções. Desde logo, na Parte I, a questão das identidades e o sentido da comunidade como expressão identitária, surge discutida na relação íntima que estabelecem com a relação local-global e espaço-temporal. A ideia de translocalidade permite julgar acerca dos limites e das oscilações das fronteiras tanto espaciais (local-global) como temporais (passado-presente). O que percorre os dois textos que integram esta Parte I é a ideia de uma reconstituição deliberada do sentido de identidade, a que os sujeitos se entregam na tentativa de compaginarem a sua condição, pessoal ou colectiva, a novos figurinos sociopolíticos e culturais. Schumpeter surge aqui como inspirador de um acto destrutivo, mas criador, de redefinição do sentido de pertença e de localização das identidades. O mercado e o consumo, tanto material como simbólico, a tecnologia da informação e a cidade surgem como pano de fundo desta destruição criadora das identidades e da busca de vinculações alternativas da consciência de si.

A questão de onde situar a consciência colectiva e a identidade partilhada não é uma questão nova da Sociologia. Émile Durkheim já a confrontara ao admitir que a consciência colectiva ou existe à deriva num vazio cultural ou, em alternativa, relaciona-se com o resto do mundo, através de

um qualquer substrato do qual fica refém. A moderna cultura do consumo, tecnológica e urbana pode tornar-se nos nossos dias esse substrato que confere existência e situa a consciência colectiva. Uma tal hipótese pode sustentar-se, por exemplo, nas análises pós-modernizantes de Umberto Eco (1986) ou de Jean Baudrillard (1991) acerca da hiper-realidade e do mundo Disney. Mas a origem da discussão é normalmente situada na reflexão dos "teóricos críticos" da Escola de Frankfurt. A teoria das "falsas necessidades" de Herbert Marcuse (1964), onde é notória a relação com a questão marxiana do *fetichismo* da mercadoria, pode revelar-se, neste domínio, uma primeira aproximação. Contudo, é talvez na obra de Theodor Adorno (1991), acerca da emergência da indústria cultural, que se encontra uma reflexão mais aprofundada e actual. O cerne do contributo de Adorno, como gostaria de o sintetizar aqui, reside no entendimento que a sociedade se complexifica com o advento da capacidade de produção de um conjunto variado de bens culturais individualizados que não apenas forjam as mais diversas fantasias entre os seus consumidores, mas, simultaneamente, definem ou renovam uma estrutura individualizada de gostos, preferências e realizações pessoais.

Este processo cultural de individualização dos sujeitos e das suas referências tem um efeito directo sobre a natureza ("autoritária") da sua personalidade, ao mesmo tempo que modifica a sua relação com o trabalho, as relações familiares, a comunidade e a cultura. De um modo geral, pode dizer-se que estamos perante uma longa transição de comportamentos e atitudes: enquanto no século XVIII dominava uma concepção holística do carácter pessoal que se fundia com elementos da natureza humana e social dos sujeitos, o século XIX passou a cultivar uma visão existencialista e idiossincrática desses traços da personalidade individual (Sennett, 1986; Susman, 1984). Uma tal modificação do carácter (social) em personalidade (individual), e a relação social que estipula, surge tratada em pormenor na obra de Christopher Lasch (1979) e na ideia da fragilidade do *selfnarcísico*. A personalidade narcísica, ao mesmo tempo que recusa a espessura dos sentimentos e os envolvimentos sociais e históricos densos dos sujeitos, é uma manifestação cultural extremada da busca do imediatismo e da gratificação pessoal.⁴

A Parte II do livro, acerca dos percursos, ilustra esta busca da gratificação imediata através de dois textos, um sobre o turismo cultural em Évora e Coimbra, e outro sobre a peregrinação a pé a Fátima. Ao contrário do que pode suspeitar-se a primeira vista, entre si, estes textos estabelecem uma cúmplice unidade. O que os une é, desde logo, a narrativa acerca da deslocação no espaço, no tempo e no próprio imaginário dos seus protagonistas. Mas estão também unidos pela natureza das intenções e dos objectivos subjacentes a essa decisão de viajar. Num caso — o percurso urbano dos turistas — é a descontextualização e a ausência de compromissos que, ampliadas pelo cenário que visualizam e experimentam, proporcionam a projecção imagina-

da dos sujeitos para fora de si mesmos. Noutro caso — o percurso dos caminhantes — essa projecção sustenta-se no sacrifício físico e na recompensa que se pretende obter por seu intermédio. Em ambas as situações, os percursos estão carregados de simbologias, como de resto também as paragens que os recortam e unificam. Mas são sempre paragens breves, porque o que está em causa é a fuga, o fluxo e a busca da novidade.

Turismo e peregrinação partilham entre si experiências ritualizadas distintas e semelhantes. O seu menor denominador comum é a recontextualização e a integração, mesmo que passageira, numa outra comunidade, mesmo que efémera. São actos conscientes de decisão individualizada, em busca de laços afectivos que se concretizam algures entre, de um lado, um sentido de comunidade tradicional (de residência, trabalho, obrigações e filiações directas) e, de outro lado, um sentido de sociedade ampla, de interacções rasgadas e fugazes e, por isso, despersonalizantes e descaracterizadoras da identidade. Ambos os percursos reactualizam, assim, no plano teórico, tanto a antropologia da liminaridade de Arnold van Gennep (1960) e de Victor Turner (1969), como a sociologia marginalizada das associações afectivas de Herman Schmalenbach (1977). A busca de outras vinculações para que nos remetem os actos turísticos e peregrínicos contém, para além do mais, algum sentido de transgressão dos ordenamentos sociais convencionais e aflorações do sentido narcísico da identidade e da personalidade modernas.

Como já se deixou implícito, a emergência desta nova personalidade coincide com o desenvolvimento da indústria da cultura e o seu correlato, a cultura do consumo e da informação tecnológica. Em resultado disso, desde as décadas finais do século XIX e as primeiras do século XX que vimos assistindo a instauração de uma lógica comportamental nova em que a aparência, a exibição individual e a gestão das impressões e sentimentos ganham relevo sem paralelo. Existem neste argumento ressonâncias manifestas com os primeiros ensaios de Sociologia sobre o consumo, nomeadamente com os trabalhos de Thorstein Veblen (1961) sobre os consumos ostentatórios e de Gabriel de Tarde (1985) sobre os mecanismos da imitação. Em ambos os casos, o que está em causa é a compreensão dos traços iniciais de uma cultura urbana de pendor individualista e expressivo que se desenvolve sob o pano de fundo da massificação da produção e do consumo, tanto materiais, como simbólicos. Seja por via da competição distintiva, típica das elites (Veblen) seja por via da imitação contagiante, típica das classes médias (Tarde), esta clássica sociologia do consumo assinala a emergência de modalidades novas de relacionamento e interacção social, assentes numa cultura hedonista e expressiva da personalidade.⁵

No desenvolvimento desta problemática, estudos sociológicos recentes fazem destacar a constituição de uma nova relação que se vai configurando entre o *self* e o corpo físico dos sujeitos. Neste domínio particular da expressão

pública e da representação social do corpo, a literatura sociológica é tão vasta como recente.⁶ Assim, por exemplo, para Mike Featherstone (1991), a moderna cultura do consumo é responsável pelo surgimento do que designa por selfperformativo, ou seja, pela instrumentalização do corpo físico que, deste modo, se constitui em recurso da expressão pública dos indivíduos, caucionando as suas relações de interacção. Mas o que mais interessa sublinhar é a deslocação e a ambiguidade dos termos da discussão do corpo na literatura sociológica. Na verdade, parece possível distinguir duas linhas de abordagem na análise do corpo. A primeira trata o corpo como uma espécie de presença ausente, ou, se se preferir a linguagem parsonsiana, como "categoria residual". É uma visão que percorre toda a Sociologia clássica, desde Karl Marx (o corpo, como força de trabalho, assimilado às forças produtivas), a Max Weber (o corpo racionalizado, atributo definatório dos grupos de status), até Émile Durkheim (o corpo como perturbador da apreensão dos factos sociais) (Shilling, 1993).

Esta perspectiva, apesar dos diferentes estatutos epistemológicos conferidos ao corpo, encontra prolongamentos vários numa outra linha de interpretação sociológica do corpo, nomeadamente, nas análises de Norbert Elias (1989) e de Michel Foucault (1979). Aqui, a biologia humana surge epistemologicamente subordinada à cultura. Em Elias, a civilização do corpo é uma condição imanente a própria modernização e sofisticação das atitudes e comportamentos sociais.⁷ Em Foucault, os sistemas de disciplinação do corpo e a sexualidade revelam a natureza dos poderes que se constituem na sociedade e manifestam-se em paralelo às suas respectivas expressões discursivas. O corpo e a consciência que temos dele são, portanto, produtos das ideias e dos poderes constituídos em esferas político-institucionais como a família, a escola, o hospital, ou a fábrica, que não deixam, por isso, de ter uma expressão simbólica e societal mais geral e historicamente variável. Esta evolução histórica da expressão simbólica do corpo implica que, na moderna sociedade de consumo, a sua representação seja cada vez menos conseguida através do recurso a meios repressivos e resulte cada vez mais de factores psicoculturais, como a estimulação e a estilização da individualidade.

O eclipse do corpo enquanto fenómeno material e biológico permite sustentar que a *performance* corporal é uma dimensão da vida cultural que se exprime no espaço público de aberta interacção, de que a cidade e a metrópole moderna são os melhores exemplos.⁸ Com o surgimento da personalidade expressiva, o corpo surge totalmente subsumido pela (cultura urbana da) aparência e encenação. Seria erróneo, no entanto, julgar que o processo de controlo da corporeidade de cariz medievalista e renascentista termina onde e quando se inicia o processo de extermalização da sua expressividade. Apesar do grau de maior intimidade e, sobretudo, do facto de ocorrerem em contextos de marcada ausência de liberdade individual, tanto as técnicas de disciplinação do corpo, como a inibição das suas funções físicas

e as modelações dos sentimentos e paixões tendem a prolongar-se e a diversificar-se no mundo moderno, de maior liberdade individual e mais ampla tolerância perante comportamentos e atitudes. A penalização a que o corpo físico é sujeito durante a peregrinação a Fátima (capítulo 4) é uma boa ilustração da recorrente *refeudalização* do corpo, da sua expressividade e instrumentalização. Este é um argumento que se detecta por entre a análise que Pasi Falk oferece acerca da "corporeidade", entendida a um tempo como dimensão expressiva e experiencial do corpo (Falk, 1994: 62-66). O lado expressivo da corporeidade diz respeito à externalização das funções físicas do corpo humano (como o riso ou a estimulação sexual ou o grito de dor). A sua externalização corresponde a uma ampliação do *self* que, assim, rompe as fronteiras da intimidade corporal para revelar estados de prazer, de sensualidade, ou de sofrimento. Por seu turno, a dimensão experiencial da corporeidade (por exemplo, comer, beber, numa palavra, consumir) mobiliza diversas capacidades cognitivas e sensoriais dos sujeitos. Esta internalização da experiência, enquanto propagação do mundo exterior ao mundo interior dos sujeitos, é também sintoma de deslocação das fronteiras entre natureza e cultura. Num e noutro caso, portanto, a relação do corpo com a cultura é biunívoca e pode invocar tanto actos irónicos ou transgressivos, como actos de reconhecimento e aceitação pública generalizada.

É neste quadro que se integram as paisagens que constituem a Parte III deste livro. Não se trata, ou não se trata apenas, de paisagens no sentido físico-geográfico, mas antes de paisagens num sentido mais amplo de ambientes vividos e de atmosferas sensíveis. São paisagens olfactivas e paisagens sonoras que, ao mesmo tempo que libertam e reduzem constrangimentos culturais sobre homens e mulheres, os vitimizam e sujeitam a códigos renovados de estar e de se relacionar em público. O ambiente que se pressente nestas paisagens é cidadão, enquanto o agente que as produz é tecnológico.

Ambas as paisagens em discussão contêm percursos no desenrolar da sua constituição. Percursos históricos que vão, num caso, da sociedade do miasma à sociedade *trompe-nez* e, noutro, das sonoridades tradicionais aos ambientes sonoros típicos da era industrial. Para trás foram ficando modos de identificação dos sujeitos com os odores do seu corpo e do corpo dos outros, como foram também desaparecendo as cadências sonoras por que se pautava a vida colectiva e se vinculavam os sujeitos a ritmos partilhados de trabalho e reunião. São paisagens que, como vimos, mobilizam capacidades cognitivas e sensoriais diversas. Mas, se o corpo deixou de ser natureza apenas e se tornou cultura, essas capacidades estão em fase de reeducação. Com elas estamos a reaprender novas formas de ordenamento social, novas modalidades de interacção social e ambiental, novas modalidades de individualização. A cultura urbana moderna, feita também de novos sons e de novos perfumes, quando vista à luz dos nossos sentidos é a mesma que fez

definhar o corpo físico para, em seu lugar, ampliar a corporeidade. Fez diminuir o odor, para ampliar os perfumes. Fez desaparecer a individualidade dos sujeitos e dos espaços para formar a paisagem envolvente e descartável da personalidade. O mesmo se passa com o moderno ambiente sonoro da cidade. Matou o silêncio para socializar a bruma sonora e reduziu ao máximo o som da terra para, em seu lugar, ampliar o da tecnologia.

Tudo isto corre a par da possibilidade cultural da privatização destas paisagens. Com efeito, o perfume está para os odores sociais, como o *walkman* está para as sonoridades. Nómadas e miniaturizados, podem transportar-se e transportar-nos com eles, permitindo dissimular aquilo que somos, alimentando a esperança de sermos aquilo que imaginamos. Em síntese, estas modernas paisagens olfactivas e sonoras permitem prolongar esse acto criador de destruição da identidade. Sempre através da definição de distâncias e de fronteiras, mesmo se voláteis e indizíveis, entre um eu egoísta e auto-contemplativo e um outro que se marginaliza ou despreza. Sempre através de fragilíssimas distinções entre o espaço público e o espaço privado. Sempre através de expressões públicas da vida sensível.

Como se percebe, é sinuoso o traçado que esta colecção de ensaios convida a percorrer. É um traçado feito de imagens, de viagens e paragens singulares. Cada uma destas, à sua maneira, é um fragmento fortuito de uma realidade social e cultural mais ampla. Se o texto é um campo aberto perante o qual o leitor se comporta como um caçador, como diria Walter Benjamin, a decifração do sentido desta realidade mais ampla é uma possibilidade deixada a interpretação dos próprios leitores. Afinal, a leitura é ela própria, um percurso que tem que ser percorrido para dele se tirar sentido.

Santiago do Cacém, Abril de 1999

[Página deixada propositadamente em branco]

Parte I
IDENTIDADES

[Página deixada propositadamente em branco]

Capítulo 1
NEM CILA NEM CARIBDIS
Somos todos translocais

Somos patriotas porque temos medo de ser cosmopolitas, cosmopolitas porque temos medo de ser patriotas.

[John Le Carré, Um *Espião Perfeito*]

Comecemos por recordar duas conclusões pertinentes de outros tantos pensadores sofisticados: Karl Polanyi e Joseph Schumpeter. O primeiro, a abrir a sua *The Great Transformation* de 1944, anuncia que a civilização do século XIX terminou apenas no rescaldo da Guerra de 1914-18. O que Polanyi nos está a dizer é que não é igual a duração dos séculos e que o século XX pode ser pensado como um dos séculos mais curtos da história da humanidade. Em *Capitalism, Socialism and Democracy*, o segundo reconhece, em 1942, que o colapso do capitalismo, a ocorrer, se ficará a dever ao seu próprio sucesso, admitindo que aquilo que mais presumivelmente lhe sucederá será o caos político e cultural.

Que sentido e que consequências tem dizer-se que o século XX se revelou um século mais curto do que outros e que o sucesso do capitalismo conduz ao seu colapso e a desorientação? A melhor e mais condensada resposta seria usar de empréstimo a cativante fórmula de Niklas Luhmann (1982), segundo a qual "o futuro não pode começar". Mas porque havemos de hipotecar o futuro? Trata-se de um terceiro problema que procuro interpretar sob dois ângulos. Em primeiro lugar, a hipoteca do futuro decorre do carácter incompleto e curto do século XX. Por comparação com os séculos XVIII e o XIX, o século que termina parece ter vivido num défice de auto-avaliação, principalmente sobre as origens, natureza e alcance das transformações culturais das últimas décadas. Em segundo lugar, e relacionado com isto, a sociedade capitalista do século XX denota sintomas de esgotamento de soluções políticas e culturais que acalentam sentimentos de descaracterização cultural, desencanto e incerteza dos sujeitos e grupos sociais. Se os séculos passados são séculos de sedimentação sistémica e auto-reflexão, por

isso longo e completos, o século XX parece ter-se deixado empobrecer, como empobrecem todas as sociedades sem capacidade de auto-reflexão, e assistir impotente ao desmoronar das filosofias e dos modelos longa e anteriormente sedimentados. Na verdade, são justamente as zonas do globo em que o capitalismo mais sucesso obteve (a generalidade dos países centrais) que surgem hoje como as zonas onde o capitalismo se desorganiza (Lash e Urry, 1987; Offe, 1985). São igualmente os sistemas e modelos democráticos que conferiam identidade política as sociedades, pelo menos no plano teórico, que hoje surgem como paradigmas democráticos da incerteza política (Przeworski, 1986; Mestrovic, 1993).

Polanyi e Schumpeter não podem desligar-se: num século curto, e por causa dele, acumulam-se incertezas e adivinha-se o caos quanto ao fluir da vida, as soluções e projectos de futuro. Acerca do sucesso do sistema que se foi sedimentando longa e paulatinamente, receia-se hoje sobre os seus próprios limites e questionam-se alternativas que, a existirem, já não temos tempo de preparar no século que agora finda.

Ao longo do último quartel do século XX fragilizou-se a crença no progresso e na civilização, como se desvalorizaram as ideologias universalistas e desenvolvimentistas. O sistema-mundo capitalista, que desde o século XVI não pára de se expandir e de aglutinar e normalizar o mais remoto recanto do globo, parece hoje defrontar-se com resistências até há pouco insuspeitadas. Em contraponto a sua longa e lenta implosão guiada pela crença na homogeneidade e universalização culturais, explodem hoje, com intensidades sem precedentes, particularismos e heterogeneidades culturais diversas. Por todo o lado despontam novas práticas e movimentos sociais, reacendem-se fundamentalismos, cultos e crenças religiosas julgadas inertes, revitalizam-se nacionalidades e comunitarismos, confundem-se e descaracterizam-se identidades e subjectividades de sujeitos e grupos sociais. Ao lado de uma ordem superordenadora e de uma cosmologia única, revela-se, com moderada surpresa, um mundo cultural fragmentado e diverso. Em função destas tendências, aumenta a dificuldade individual de situar e definir a identidade e a subjectividade pessoais. Somos universalistas ou particularistas? Vivemos juntos em mundos separados ou, ao contrário, vivemos separados num único mundo? Somos guiados por um espírito global de identificações espúrias, ou fiéis a crenças identitárias de inter-conhecimentos, espessos e duradouros?

Esta não é a questão dilemática de Cila e Caribdis, nem parece que devamos viver, atormentados, um tal suplício. Somos todos translocais, no sentido em que somos todos engendrados a partir dos mais híbridos campos de possibilidades, locais, globais, temporal, espacial ou afectivamente constituídos, e só cultural e volitivamente buscamos ancoradouros para as nossas identidades. Nessa falsa questão, em que se entrecruzam as nossas duas alternativas reais e únicas, dir-se-ia, usando a fórmula que é aparentemente

uma mera questão retórica da teoria da globalização, que não somos nem universalistas nem particularistas, vivendo, ao contrário, num mundo em que o particular se universaliza e o universal se particulariza (Robertson, 1990). O nosso local pode ser o universo e o nosso universo pode ser o local, na certeza porém que nem um nem outro vivem sem o seu (falso) oposto.

Economia-mundo e desterritorialização cultural

Esta complexa intimidade do local-global é o resultado da ordem do sistema-mundo de cuja expansão resultou a sujeição mais ou menos problemática de espaços culturais outrora relativamente autónomos. Na estruturação deste sistema, foram os Estados-nação o nosso espaço cultural principal, embora não o único. Esta nova formação mundial, surgida a partir do século XVI, só foi amplamente teorizada e consciencializada nos finais do século XVIII e, sobretudo, no decurso do século XIX. Uma das principais linhas da sua teorização foi a relação nacionalismo-internacionalismo na senda da qual se assistiu a uma involução política do globo, no sentido da sujeição dos traços políticos e culturais específicos das diferentes nações a uma lógica superordenadora - a da economia e do sistema mundial inter-estados.

Neste processo de compressão e amalgamento das nações originou-se um sistema tendencialmente homogéneo do ponto de vista cultural, constituído por um aglomerado de entidades e modos de vida relativizados. O desfecho desta acção, pelo menos no plano teórico, foi a marginalização cultural dos particularismos como corolário duplo da eliminação de espaços socioeconómicos alheios à lógica superordenadora global e do estabelecimento de fronteiras políticas mais ou menos artificiais e formais. Este moderno *incastellamiento*, para usar a fórmula de Isaac Joshua (1988), ajudou a transformar os costumes e as práticas quotidianas dos povos em direitos sancionados pelos soberanos, fossem eles indivíduos ou instituições poderosas como os Estados-nação. A repressão dos particularismos culturais e a criação de uma única cosmologia foram, assim, a moeda de troca da edificação das ideias sistémicas de universalismo, progresso e civilização, em nome das quais se alargaram, sem cessar, os limites da economia-mundo capitalista até ao mais remoto lugar.

Universalismo, progresso e civilização são, portanto, uma construção cultural que acompanha, descreve e justifica a edificação de uma economia que hoje abrange todo o globo. São construções culturais que se mostram unificadoras perante o global e repressoras e distintivas perante os elementos identitários particulares. A sua crescente instrumentalidade sistémica deriva da sua capacidade de distinguir o diferente e, nesse sentido, ela mostra-se simultaneamente desejada e odiada, objecto duplo de adesões e resistências.

Oriunda dos centros de poder económico, político e financeiro, a cultura global capitalista em constituição é, por um lado, apropriada desigualmente pelos diferentes grupos sociais que constituem estes centros, da mesma maneira que, por outro lado, podemos admitir tratar-se de uma espécie de oferta que tais centros capitalistas fazem às periferias do sistema. Mas é uma oferta especial que imprime um vínculo particular de submissão. Trata-se de uma espécie de *potlach* capitalista com que as periferias se deparam e vêem forçadas a enfrentar como um desafio, em tudo semelhante ao célebre paradoxo do prisioneiro: as periferias do sistema ou aceitam a oferta (isto é, confessam-se) e estão perdidas, no sentido de que a sua assimilação é o reconhecimento da sua inferioridade e a consagração da sua submissão ou, ao invés, rejeitam a dádiva (isto é, negam confessar-se) e permanecem perdidas e isoladas, agora correndo o risco ampliado do isolamento e provável esquecimento.

Esta incorporação/sujeição de diferentes regiões, mercados, culturas e nações exteriores à lógica de funcionamento global e à sua filosofia universalista subjacente, no entanto, impôs limitações particulares a esses mesmos funcionamento e filosofia. Com efeito, e cingindo-me apenas às manifestações que mais de perto se relacionam com o argumento principal, diria que à medida que se intensificam as trocas, se melhoram e multiplicam as comunicações e se reforçam as interdependências dos sujeitos e grupos, mais tendem a intensificar-se também os mecanismos particularísticos das identidades desses sujeitos e grupos, tanto os recém-incorporados como aqueles há mais tempo sujeitos a essas influências. A crise do sistema instala-se, como admitira Schumpeter, a partir do seu próprio sucesso, ou seja, em resultado não somente da sua capacidade de ampliação geográfica, mas também, e mais significativamente, da condição hegemónica da sua lógica de funcionamento.

Este processo contraditório é contínuo e dele sempre se deram conta as interpretações teóricas mais sólidas da mundialização das interações. Está neste caso a teoria wallersteiniana do sistema-mundo (Wallerstein, 1979) que sublinha a repetida tendência para, como procurei demonstrar noutra lugar (Fortuna, 1993: 23-41), operar um recuo nacionalista e neo-mercantilista sempre que as fases recessivas da evolução do sistema global espriam as suas manifestações mais ruinosas à escala local e nacional. Esta nacionalização da vida social global sintetiza a contradição indelével decorrente da universalização e da intensificação das trocas multiformes à escala mundial (Balibar e Wallerstein, 1988). No entanto, não é apenas à escala nacional que se fazem sentir os efeitos da evolução do sistema no seu todo. Norbert Elias, por exemplo, demonstrou com brilhantismo como os sujeitos, individuais tendem, também eles, a incorporar as tensões sociais decorrentes da extensão das "cadeias de interdependência" internacional, o que, por sua vez, contribui para fazer destacar a função, normalmente negligenciada, do

estado nacional enquanto mediador local das tendências socioeconómicas e político-culturais geradas globalmente (Elias, 1990).

Esta assimilação individual das tendências globais tornou-se o problema central das interacções sociais de hoje. O seu desenrolar tem conduzido, entre outras hipóteses, a considerar a impossibilidade de se procurar uma explicação teórica assente, como convencionalmente, na divisão do mundo em espaços e entidades centrais, periféricas e semiperiféricas. A acção dos sujeitos e dos grupos sociais não se compagina com este figurino tripartido. Esta é a linha de raciocínio de Arjun Appadurai, para quem a fragilidade (ou o vigor?) da cultura global resulta precisamente da luta titânica que travam, entre si, de um lado, as tendências para a instauração da semelhança ou homogeneidade cultural e, do outro lado, as que procuram preservar a diferença ou heterogeneidade cultural (Appadurai, 1990).

Porque falar de fragilidade e não de vigor da cultura global? Porque para este investigador da Universidade da Pensilvânia, sendo falsa a distinção convencional entre homogeneidade e heterogeneidade culturais a que nos habituaram muitos dos paradigmas das ciências sociais, a avaliação da relação dos sujeitos e grupos sociais com a cultura global não pode ser dicotomizada naqueles termos. Homogeneidade e heterogeneidade culturais são, assim, dois falsos opostos que, quanto muito, tendem a devorar-se reciprocamente, sem deixarem esclarecidos os termos da relação local-global. Em alternativa, é preciso, para Appadurai, tomar em linha de conta que a cultura global se manifesta hoje através de cadeias complexas de interdependências ou paisagens culturais, nomeadamente de natureza étnica, tecnológica, financeira, imagética e do pensamento (Appadurai, 1990). Tais paisagens culturais, à medida que se intensificam, tendem a desterritorializar-se, o que equivale à sua desvinculação das matrizes sociais e situacionais específicas em que possam ter sido fundadas. Não é pois possível fixar estas paisagens ou os seus efeitos nem a espaços sociopolíticos determinados (centrais, periféricos ou semiperiféricos), nem a indivíduos, grupos ou movimentos sociais específicos. Uma tal desterritorialização da cultura global provoca a descaracterização cultural dos seus agentes promotores, ao mesmo tempo que não permite detectar com rigor o estatuto identitário dos seus receptores. Anula-se assim a pretensa eficácia teórica e política da distinção homogeneidade/heterogeneidade e, logo também, revela-se frágil a capacidade da cultura global para estipular a condição identitária dos sujeitos situados em espaços centrais, periféricos ou semiperiféricos.

De certo modo, esta perda do sentido espacial das identidades, ou "errância cultural" (Mozzicafreddo, 1987), arrasta consigo um sentido específico da sua própria complexificação. Vista deste modo, a cultura global revela-se não como uma expressão cultural frágil, mas ao contrário um vigoroso desafio à compreensão da sociedade moderna. Desde logo porque altera os termos da representação social dos sujeitos e os modos de

ordenamento social em que se situam. As representações sociais actuam cada vez menos a partir de referentes fixos e específicos e, em consequência, os ordenamentos sociais em que os sujeitos se auto-classificam resultam, cada vez mais, de justaposições livres, por vezes caóticas, de sinais dispersos, muitas vezes inesperados. Por isso, não raro, o sentido substantivo da identidade dá lugar a um outro sentido, mais efémero e fragmentário, mas nem por isso menos problemático, de identificação.¹ A própria noção do tempo e da história, pessoais e colectivos, ao lado da concepção dos espaços vividos, surge também ela sujeita a uma espécie de *bricolage* de sinais dispersos. Do mesmo modo, a resistência de sujeitos, grupos e movimentos sociais à sua descaracterização cultural, não passa, muitas vezes, de uma reinvenção da autenticidade da sua matriz cultural.²

Reside aqui um desafio político, analítico e conceptual enorme, a que regressaremos adiante. Antes, porém, é preciso regressar a esta ideia da perda e simultânea complexificação das identidades. Este é talvez, o problema sociológico mais sério da modernidade, tanto no tocante à questão da auto-definição dos sujeitos, como no que respeita à tipificação e classificação de que são objecto por parte de outros. A "repatriação da diferença", como se exprime Appadurai (1990: 307), ou a sua equivalente "reterritorialização", como prefere Boaventura S. Santos (1990), não são senão manifestações da procura de sentido de lugar que indivíduos, grupos e movimentos sociais buscam conferir às suas identidades e as suas subjectividades, ambas em risco de descaracterização pela globalização da sua vida.

A globalização da vida social dos sujeitos é sempre percebida pelo confronto, nomeadamente pelo confronto com o outro. Mas este outro, nas condições actuais da vida social, não deve ser visto como uma entidade fixa, resultante de uma qualquer dualidade de referência. O outro é sempre contextualizado e, assim, tende a ser plural já que resulta de diferentes ordenamentos sociais e códigos de referência valorativa que estipulam os termos daquele confronto. Assim sendo, os processos de "repatriação da diferença" ou de "reterritorialização" cultural, enquanto mecanismos de atribuição ou reforço de sentido identitário, tanto pessoal como colectivo, revelam-se de extrema ambiguidade, porquanto são vários os outros com que indivíduos e grupos sociais aferem ou (re)definem a sua própria condição. Em resultado, a (re)composição contextualizada das identidades opera-se, de modo simultâneo, a partir quer de diferentes lugares, quer de diferentes tempos, quer de diferentes agentes e referentes. Naturalmente, tem também direcções ou propósitos variados, pelo que não apenas os contextos espaciais e temporais, mas também os contextos discursivos e a intencionalidade política que lhes subjaz que interferem e condicionam o sentido da referida (re)composição identitária. Por esta razão, devemos admitir a existência de um *continuum* de possibilidades para as expressões identitárias que sujeitos e grupos desenvolvem à medida que a vida social se complexifica e globaliza.

No extremo, podemos admitir que sujeitos e grupos sociais procedam a uma *destruição criadora* da sua própria sua identidade, como expressões simultâneas de resistência e de adaptação às tendências socioculturais da sociedade moderna.³ Esta *destruição* remete para a sucessão e sobreposição de modalidades de auto-representação que os sujeitos elaboram a partir das possibilidades da sua existência e da natureza das diferenças, distâncias e fronteiras estabelecidas com outros.

Pouco importa como venhamos conceptualmente a dar conta destes novos processos políticos e destas novas condições de vida.⁴ O que mais ressalta é precisamente e apenas a necessidade de um conjunto de concepções renovadas, flexíveis e amplas sobre os efeitos da moderna relação local-global, como de resto sobre a relação centro-periferia, capazes, entre outros aspectos, de darem conta dos processos de mundialização do local, assim como da localização do mundo, o que significa, por outras palavras, evitar-se a perpetuação das actuais concepções de cultura local e de cultura global.

Nação, comunidade e utilitarismo

São dois os contextos sociopolíticos invariavelmente privilegiados pela busca de sentido identitário: a comunidade ou nação de base étnica e os pequenos grupos de interacção directa. A nação, que nos finais do século XVIII ganharia um estatuto político e teórico próprio, ainda que ambíguo, porque tanto surge diluída como se autonomiza na sua relação com a cultura cosmopolita e a intensificação das trocas internacionais, parece agora reconverter-se na referência etnocultural originária por excelência. Apesar desta tendência, exigem-se cautelas na aceitação desta função identitária redescoberta do espaço-nação. Tanto a nação como a sua forma política, o Estado nacional, convertem-se eles próprios em espaços descaracterizadores das identidades e subjectividades individuais. É neste sentido que Gérard Noiriel denuncia a tirania política da nação do século XX que impõe a adopção de padrões formais de cidadania em detrimento dos laços comunitário-familiares e etnolinguísticas dos indivíduos (Noiriel, 1991).

Também Clifford Geertz (1973) tem acentuado repetidamente as formas como no interior da nação operam mecanismos de globalização semelhantes aos que dominam à escala internacional. Para o antropólogo, as vantagens da "revolução inclusiva" e da globalização da cultura das "sociedades nacionais" mostram hoje os seus limites à medida que se toma clara a forma mais ou menos problemática da aglutinação de comunidades outrora culturalmente autónomas, denunciada pela preservação da sua vitalidade interpretativa e comportamental (Geertz, 1983). A importância do conhecimento local e a "interpretação das culturas" que Geertz produz ilustram principalmente, se o interpreto com justeza, a complexidade antropológica da

relação homogeneidade universal e heterogeneidade local-comunitária e só marginalmente a alternativa que esta última garante para o desencanto contemporâneo perante os ideais sistémicos do universalismo/globalismo.

Não creio que possamos, na verdade, exagerar o fatalismo da comunidade, no seu sentido orgânico, como determinante da pertença social e, portanto, redentora das identidades perdidas. Conhecemos os usos ínvios que têm sido feitos destas identidades comunitárias. A atitude crítica, o comportamento diferencial e discordante, as políticas de diversificação e modernização societal e cultural têm sido ao longo da história, e não raras vezes, estigmatizadas e banidas em nome da autenticidade dos padrões comunitários. Num cenário em que a capacidade de auto-identificação do sujeito se fragilizou e se diversificaram os seus referenciais, é particularmente pertinente a dúvida sobre os critérios da escolha do espaço comunitário mais reconfortante, como é também imperiosa a questão de saber se, para além da sua, não serão perversas todas as restantes comunidades. Para Benedict Anderson (1983), a comunidade hoje não existe senão enquanto "comunidade imaginada", isto é, simbólica e ficcional, onde os sentidos de pertença e de reconhecimento da identidade-subjectividade são projectados num acto tão desesperado quanto nostálgico da vontade individual.

A busca ansiosa e nostálgica da comunidade e do seu passado cultural projecta-se como forma de resistência à descaracterização cultural e ao desconforto perante a separação entre o hoje e o ontem e a hesitação entre emular ou destruir os símbolos e vestígios do velho mundo em que se enredaram os dois Últimos séculos (Lowenthal, 1986). Quando recentemente Jacques Le Goff foi interrogado sobre os motivos da grande aceitação da nova ensaística sobre a sexualidade, a morte, as maneiras, o corpo e a estética antigos e medievais, atribuiu as responsabilidades à emergência de um novo primitivismo cultural, em parte associado à tendência para o esgotamento da metanarrativa histórica (Friedman, 1989). A feição niilista deste primitivismo cultural é o oposto do espírito moderno e desenvolvimentista que há anos atrás via na vontade consciente do homem a garantia da construção do futuro sobre as cinzas do passado deliberadamente destruído (Bell, 1976). Rerler a história como reinvenção da nossa própria cultura pode fazer-nos cair no logro de imaginarmos que no exótico, no distante e no passado reside uma harmoniosa sociedade perdida. A leitura de *O Processo Civilizacional* faz-nos pensar como esta sociedade terá sido muito menos harmoniosa do que aquilo que, com algum romantismo, por vezes se imagina, ao mesmo tempo que interroga se, independentemente do seu grau de coesão interna, uma tal harmonia social não se terá perdido definitivamente no decurso da sofisticação civilizacional (Elias, 1989).

A ideia de que a comunidade, mesmo quando utopicamente compreendida, se terá perdido transparece no trabalho de Robert Bellah quando se debruça sobre as relações entre individualismo e solidariedade. O campo da sua reflexão não podia ser mais ilustrativo — a sociedade americana actual

— nem a sua perspectiva podia ser mais adequada — a crítica comunitarista à filosofia liberal. Para Robert Bellah, os mesmos critérios que permitem contestar Alexis de Tocqueville e a sua visão do atomismo individualista associado ao despotismo democrático, resultante do esvanecer das obrigações e das estruturas autoritárias, permitem também denunciar o vazio e a ausência de sentido impostos pelas relações de vizinhança em que os indivíduos se refugiam. Estas relações constituem-se em verdadeiros "enclaves de estilos de vida" (Bellah, 1985) que têm a sua própria linguagem — a linguagem utilitária e expressiva do individualismo — que coexiste, contraposta e sem articulação, com uma outra linguagem, a do colectivo e da comunidade de associações.

Estamos aqui perante a questão política mais preocupante da sociedade americana de hoje: a incomunicação entre o espaço público e o espaço privado da comunidade local elimina a possibilidade de tomar pública a virtude privada. Nestes termos, a exclusão do confronto com a diversidade e a alteridade, própria da "comunidade política auto-centrada", cria a ausência de uma linguagem do bem comum, transfigurando as exigências colectivas em manifestações individualistas de poder (Bellah, 1985: 207). Por isso, aqueles "enclaves de estilos de vida" fomentam o défice moral e de justiça, ao alimentar-se daquilo que Bellah chama a "complexidade invisível", isto é a dificuldade da cultura individualista em se relacionar com as diferenças sociais e culturais, refugiando-se na linguagem utilitária (*fazer* aquilo que dá prazer), contratualista (dar e receber) e psicanalítica (estar bem é sentir-se bem), que Christopher Lasch (1979) já assinalara como expressão terminal do individualismo narcisista. Assim, a convivência entre sujeitos é meramente instrumental e validada apenas enquanto sustenta a satisfação pessoal. Desprovida do confronto com a alteridade, a comunidade revela-se arbitraria e egoísta e, nos seus consensos naturais, fica sujeita a "políticas de interesse" e "artes do possível" que, tanto nas negociações como nos esquemas de liderança, revertem em favor de cidadãos "mais competentes".

Parece, deste modo, que a análise que Bellah oferece da "comunidade" toma um generoso *wishful thinking* a sua tentativa de recuperar Montesquieu e sustentar a possibilidade de uma república de virtudes, em que às "pessoas boas" corresponderiam os lugares-chave da política e da cultura. Pode suspeitar-se que enquanto o espaço público permanecero domínio das "artes do possível" e das "políticas de interesse" que revertem em favor e reforçam o poder dos cidadãos "mais competentes", os sujeitos não abdicarão dos seus direitos individuais e do seu espaço privado, e tenderão mesmo a reforçá-los como forma de assegurar o seu próprio sentido de cidadania.

Fragmentação e translocalidade

Nem a nação nem a comunidade de interacção directa parecem, pois, ser as alternativas política e socialmente mais coerentes para lidar com a "repatriação

da diferença" requerida pela complexificação e descaracterização das identidades originadas na desterritorialização das trocas e das "cadeias de interdependência". A proposta de uma teoria da estruturação de Anthony Giddens pode, pelo menos lateralmente, ser vista como uma tentativa de lidar com os efeitos políticos da complexidade desta relação entre universalismo/globalismo e localismo/particularismo. Longe de uma mera reactualização do Leviatã, e obviamente, da crença nostálgica na comunidade de inter-conhecimento, Giddens procura uma superordenação que dê coerência a uma sociedade de fragmentos e descontinuidades. A sua proposta de estruturação social assenta na competência dos agentes para, através da acção, criarem "propriedades estruturais" que, por seu turno, orientam a cada momento a conduta e a própria competência original dos indivíduos (Giddens, 1984: 13-14). Desta relação mútua entre agência e estrutura, por um lado, e de produção e reprodução, por outro, retiram os indivíduos e grupos competências para gerirem a sua resistência à descaracterização cultural ao mobilizarem os vários tipos de recursos conseguidos no próprio processo de desterritorialização das suas práticas. Esta captação de competências mobilizáveis para a protecção da subjectividade identitária dos agentes, ainda que possa ser vista como uma vantagem da implosão cultural do mundo, tem sido analisada por numerosos comentadores de Giddens como defensável apenas na base de um exagerado subjectivismo do autor. Acima de tudo, parece que a concretização da estruturação giddensiana requer a presença de uma subjectividade portátil e suficientemente maleável para ser adaptada, conforme as circunstâncias, às exigências da vida dos sujeitos e grupos. Por outras palavras, como se interroga Richard Sennett (1991), a questão parece residir em saber até onde é legítimo esperar-se que os sujeitos procedam a uma lúcida auto-definição do seu próprio *self* de modo a exercitá-lo competentemente enquanto protagonistas de comunidades simultâneas e multiformes de natureza local, nacional ou transnacional.

Esta é a questão central do esgotamento da lógica da modernidade, já enunciada por Daniel Bell (1976), para quem um tal esgotamento equivale ao fim da ordem cultural unificadora do sistema capitalista no seu todo. O fim "contraditório" desta ordem cultural dará lugar, hipoteticamente, à separação entre a condição económica estrutural dos sujeitos e a sua auto-gratificação pessoal, ao isolamento da expressão estética e hedonista dos indivíduos e a ruptura entre condição de classe e acção política. O que isto significa é que o fim da "diferenciação agregadora" moderna (vivermos juntos em mundos separados) se apresenta tanto mais complexo quanto não se reproduz ou sequer permite visualizar com clareza uma qualquer forma sólida alternativa de ordenamento social ou qualquer outro princípio social agregador ou filosofia transcendente. Ao invés, pouco mais podemos admitir do que depois da modernidade nos depararmos com uma "desagregação unificadora" (vivermos separados no mesmo mundo) cuja vitalidade reside

não apenas na maleabilidade de uma economia, de uma sociedade e de uma cultura crescentemente fragmentárias (Bell, 1976), mas igualmente na readaptação dos quadros mentais, de comportamento e de interação que implicam forçosamente (Giddens, 1992).

Alguns dos efeitos desta "desagregação unificadora" são a tolerância para com as novas práticas e os novos movimentos sociais, a intensificação da insegurança ontológica dos sujeitos e a instabilidade política. Estas, por seu turno, são resultados contingentes quer da pulverização das estruturas de pertença, quer da multiplicação dos mecanismos de formação identitária individual e colectiva — os "espaços estruturais" doméstico, produtivo, de mercado, da comunidade, da cidadania e da mundialização (Santos, 1995: 403-455) —, quer ainda dos conflitos que lhes subjazem ou que indiciam. É nos termos desta tolerância, insegurança e instabilidade e na ausência ou fragilidade de filosofias unificadoras e transcendentais, que a democracia da era do esgotamento da modernidade é um risco ampliado de incerteza, ambivalência e imprevisão.

Poderá ser de outro modo? Não creio. Sem angústias, nem exaltações, talvez tenhamos que reconhecer que o caos de Schumpeter e o curto século XX de Polanyi coabitam entre si e conosco nesta gestão democrática da incerteza da cultura e das identidades simultaneamente heterogêneas e específicas, homogêneas e globais. A identidade fragmentada e a condição translocal dos sujeitos, ou seja, o facto de se estar e viver ao mesmo tempo no (e para além do) espaço e tempo identitários, constituem o desafio do presente continuamente prolongado que vivemos e que, enquanto sucessão de agoras, se insinua como rumo futuro da vida social.

[Página deixada propositadamente em branco]

Capítulo 2
AS CIDADES E AS IDENTIDADES
Narrativas, patrimónios e memórias

Na cidade tradicional, então, a desalienação implica a reconquista efectiva do sentido do lugar e a construção e reconstrução de um conjunto articulado em que a memória possa ser retida e em que o sujeito se possa situar e resituar ao longo das suas trajectórias móveis e alternativas.

[Fredric Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*]

Os ares da cidade libertam! (Stadtluft macht frei!). Com este velho aforismo, originário, ao que se julga, da pré-moderna Alemanha além-Elba, campone-se e outros grupos de similar estatura social expressavam o desejo de romper os vínculos jurídico-comunitários, religiosos e de trabalho que os prendiam ao jugo impiedoso dos poderosos. Quebrar tais vínculos e alcançar a cidade, entendida como espaço libertador e promessa de salvação, era uma aspiração radical. Nela estaria contida uma ambicionada autonomia individual e a livre afirmação pessoal. Por ela se garantia e dava forma ao desejo de se tornar outro. Através dela antecipava-se o tempo, mudava-se de lugar, enfim, construía-se uma nova identidade.

A radicalidade de tal proposta é dupla. Por um lado, decorre do facto de pressupor que a fuga para a cidade romperia por si os rígidos sistemas de construção das identidades típicos da era pré-moderna, quando as identidades e as respectivas cosmologias eram pré-determinadas e impostas do exterior, a partir de sistemas de mitos e crenças orientados por princípios religiosos, políticos e de parentesco. Por outro lado, a aspiração enunciada mostra-se radical porquanto o ambiente sociopolítico da era pré-industrial não contem a plasticidade que há-de permitir à cidade da era moderna e industrial tornar-se um espaço de libertação pessoal e colectiva, no sentido de tornar possível a transfiguração das filiações de origem dos sujeitos. As cidades da era feudal são também reguladas por sistemas de poder e autoridade que envolvem formas codificadas de obrigatoriedade, semelhantes às existentes no mundo rural medieval, nas

quais se esconde um rígido sistema de classificação só aparentemente ilusório.

Para que os ares da cidade se tivessem tornado realmente libertadores foi preciso, como se sabe, que se tivessem alterado profundamente os princípios ordenadores da sociedade arcaica. Só o despontar da modernidade e as correspondentes transformações civilizacionais tomaram possível a transfiguração identitária. A partir de então, criaram-se as condições para que os anteriores sistemas de classificação e mudança identitárias pudessem ser problematizados e, com elas, as suas componentes e metamorfoses, a sua rigidez e plasticidade, o seu carácter essencial e substantivo.

Devemos aos contributos de pensadores ilustres como Sigmund Freud, Norbert Elias e Michel Foucault a compreensão do modo como os factores externos, de natureza socioambiental, que intervêm na formação das identidades dos sujeitos, tendem a ser interiorizados, fazendo aproximar a identidade destes à sua subjectividade. As identidades passaram a ser entendidas como expressões compósitas de intersubjectividades, em que a fronteira entre factores intervenientes externos e internos se tornou impossível de decifrar.

Em resultado disto, aceita-se hoje que nas situações sociais do seu quotidiano, os sujeitos actuam de acordo com competências identitárias que, ao contrário do que sucedia na pré-modernidade, não são mais estáveis e rígidas mas se tomaram transitórias, plurais e auto-reflexivas. São objecto de escolhas e de possibilidades individuais, feitas de acordo com a própria percepção da estrutura das relações sociais e, portanto, desencadeadas em função dos recursos disponíveis e dos efeitos previsíveis. Mediadoras da relação estabelecida entre a estrutura social e a acção dos sujeitos, as identidades sociais são feitas e refeitas ao sabor das mudanças sociais e das novidades culturais (Kellner, 1992), deixando-se pautar por uma progressiva interiorização de pulsões e constrangimentos (Elias, 1989). Eminentemente relacional e interactiva, perante a crescente complexificação das sociedades, a identidade moderna mostra-se contingente e remete-nos para uma estrutura pessoal, afectiva e cognitiva que é progressiva e continuamente (re)construída pelos sujeitos.

Nesta (re)constituição das identidades está envolvido um processo dinâmico de constante confronto do velho com o novo. Este constante fluir permite recorrer, uma vez mais, ao pensamento de Joseph Schumpeter e, por analogia, admitir que, tal como no desenrolar evolutivo do sistema capitalista, também as identidades sociais estão sujeitas a um processo de destruição criadora, no sentido da incessante redefinição dos traços identitários matriciais e de auto-validação pública dos sujeitos.

A variedade e a sobreposição de narrativas e parâmetros interpretativos sobre o mundo e a vida e, *mutatis mutandis*, sobre as identidades sociais, revelam como estas últimas vão sendo hoje destruídas a cada passo, e de

modo acelerado, cedendo criadoramente a identificações mais ou menos momentâneas e desordenadas. Tanto o discurso científico como jornalístico de hoje sublinham o fim das nossas seguranças sociais, políticas, económicas e éticas, ilustrando como a sociedade e a sua interpretação se complexificaram. Tornam claro que as crenças na segurança ontológica dos indivíduos se fragilizaram e se instaurou uma espécie de ficção na vida colectiva com presumíveis efeitos sobre o modo como aqueles se vêem, apresentam e avaliam a si próprios e, igualmente, sobre o modo como vêem, apresentam e avaliam os outros.'

A admissibilidade de uma destruição criadora das identidades impõe a necessidade de revisão do significado atribuído aos centros ou matrizes primordiais das identidades típicos da modernidade — a classe social, o sexo, o grupo étnico, o grupo religioso, a condição laboral e o estatuto educativo e familiar. Do mesmo modo, requer o reconhecimento de que, tanto no plano teórico, como de resto no plano prático, se assiste hoje a um processo de descentramento dos sujeitos e à problematização dos seus trajectos de vida e identidades, tanto nas suas concepções essencialistas (do tipo *eu sou eu*), como estruturalistas (do tipo *a vida fez-me assim*).

Novas cosmologias são hoje geradas a partir de renascidas ideologias da cultura e do consumo e de práticas sociais revalorizadas em função de emergentes filosofias de vida. Tanto no plano simbólico como social, desponha um novo gosto de viver. Dito de outra maneira, encontramos-nos perante um processo de renovação daquilo a que Raymond Williams chamou a "estrutura dos sentimentos" dos indivíduos, que implica uma deslocação das nossas metodologias de análise das genealogias e das relações sociais fixas e formais para uma compreensão do carácter mais fluido e movediço da sociedade (Williams, 1977: 133-134).

A tendência parece ser a da busca narcísica da auto-satisfação que se faz acompanhar da construção de personalidades errantes, destituídas de vínculos e compromissos persistentes e aptas a adesões fugazes, não raro dramáticas, a novos centros em emergência (Cohen, Nachman e Aviad, 1987). A este descentramento do mundo corresponde um novo recentramento dos sujeitos, pautado pela valorização de novos signos culturais. Estes novos signos culturais — entre os quais se contam o consumo, o lazer, o corpo, a estética e a contínua reinvenção das comunidades e "novas tribos" — não apenas se equivalem entre si mas também se substituem aos anteriores na sua capacidade de radicação das identidades dos sujeitos. Para alguns teóricos da pós-modernidade, a questão das identidades passou a ser um objecto sociológico problemático e de limitado valor heurístico para a compreensão do sentido dos actuais modos e estilos de vida e da natureza das mudanças sociais. Assim sucederá, nesta perspectiva, por vivermos num tempo contingente, em que as identidades, sujeitas a intensa destruição criadora, parecem não resistir e ceder lugar a processos de identificação dos sujeitos.

É a partir desta avaliação que procurarei proceder a uma discussão acerca do modo como as relações entre o espaço e o tempo se prefiguram no quotidiano dos sujeitos na pós-modernidade e como, correlativamente, estes alteram e manipulam os sentidos e os significados do património histórico e cultural das cidades. Tratarei, por isso, em primeiro lugar, de ensaiar uma breve incursão no tema das narrativas sociais e dos modos de percepção das relações espácio-temporais. De seguida, e ordenadamente, oferecerei uma interpretação sobre as funções e os modos de apropriação/percepção das ruínas, monumentos e museus das cidades, para concluir que tendem a ser fundamentalmente percebidos como elementos da estetização dos ambientes vividos na cidade, através do que os indivíduos procuram ou obter níveis elevados de satisfação pessoal, ou alcançar patamares de evasão das suas rotinas, ou concretizar ambas as possibilidades.

Narrativas sobre o espaço e o tempo

Central a esta nova problematização da sociedade é o entendimento e o modo de relação que os sujeitos estabelecem com o tempo e o espaço. A vastíssima literatura que tem sido produzida em redor desta temática ao longo das duas últimas décadas põe em relevo uma profunda redefinição do lugar do tempo e do espaço nos imaginários e nas práticas sociais. Uma das linhas da sua releitura encontra-se no modo como, conforme as correntes do pensamento, ora se privilegia o espaço ora o tempo como eixo principal ao longo do qual se processa a formação identitária.

Assim, por um lado, é comum encontrar-se uma tendência teórica marcada pela neutralização ou subalternização do tempo. Em escritos de autores como Gilles Deleuze ou Jean Baudrillard, o tempo cronológico e linear é tido como opressivo e sujeito a imperativos instrumentais de produtividade, trabalho e controle social (Baudrillard, 1987: 67). Este tempo institucional, como lhe chamaria Stephen Kern (1983), é responsável pelo empobrecimento do gosto de viver, pelo que, em alternativa, são vários os autores que sustentam concepções anarquizantes e desconexas do tempo, supostamente mais concordantes com os modos de acção e o pensamento contemporâneos: o tempo e os conceitos de passado, de presente e de futuro, não podem ser situados nem controlados pelos nossos enunciados discursivos, como nada pode estar, alguma vez, totalmente ausente ou totalmente presente (Rosenau, 1992: 67-70).

Por outro lado, e em paralelo a esta exorcização do tempo, em algumas análises de cariz pós-moderno da realidade, é o espaço que parece arrastar consequências políticas para os sujeitos e os grupos sociais. E o espaço, não o tempo, que impõe diferenças, agrega subjectividades e estipula interacções. Porém, em versões mais radicais da crítica pós-moderna, a geografia e o

espaço surgem também associados a muitas das nossas desilusões. Vivemos num *hiper*-espaço, diria Fredric Jameson, que "transcende as capacidades dos indivíduos para se situarem, perceberem e organizarem os seus campos de proximidade e para identificarem cognitivamente a sua posição no mundo exterior" (Jameson, 1984: 83-84). O espaço surge, assim, como elemento caótico das nossas representações e, *ipso facto*, é ele próprio irrepresentável. É no espaço e através dele que se procede a justaposições desordenadas e se forjam fronteiras paradoxais que tornam vulnerável a nossa identidade. Se é neste lado caótico do espaço e do tempo que se fundam muitos dos nossos receios e ambivalências, no entanto, em vista da mútua interdependência das ordens cognitiva e espacio-temporal, é fundamental que saibamos construir novos "mapas cognitivos" que orientem os nossos trajectos e linhas de acção (Jameson, 1988). Para Fredric Jameson, esta é a condição da desalienação dos sujeitos, imposta pela cultura urbana e pelo hiper-espaço que tendem a fazer desaparecer o seu sentido de referência (lugar) e de fronteira (distância).

Este desafio tinha já sido enunciado por Walter Benjamin. Na sua *Berlin Childhood*, Benjamin (1992a) assinalava que mais importante do que conhecer uma cidade era saber perder-se nela, sobreviver na ausência de guias, sem orientações ou trajectos pré-estabelecidos.³ Quer temporais quer espaciais, os limites da cidade mostrar-se-iam cada vez mais difíceis de decifrar — a cidade não tem exterior — e os mapas cognitivos a construir pouco mais seriam do que códigos difusos de orientação, mas ainda assim aptos a traduzir a desordenada justaposição de sinais que a cidade emite e representa.

Como sustentaria Georg Simmel, esse outro sofisticado analista da cidade moderna, a metrópole estimula intensamente os sentidos até a um ponto em que os indivíduos parecem deixar de ter qualquer reacção, refugiando-se numa "atitude blasé", cuja essência reside na indiferença perante as diferenças (Simmel, 1997). A cidade produz uma cultura de estranhamento e anonimato que, todavia, se pode revelar paradoxalmente libertadora. Se, por um lado, torna o quotidiano menos previsível, por outro lado, torna-o também mais permissivo e tolerante perante as escolhas e as opções individuais. Para tanto contribuem não apenas a excitação dos sentidos e a multiplicações das emoções mas, sobretudo, a teatralização do quotidiano, desenroladas, umas e outra, no cenário magnânimo da cidade.⁴

A cidade é a imagem alegórica da sociedade. Sem capacidade para ordenar quer o tempo quer o espaço, a sociedade perdeu os seus guiões e desafia-nos a desaprender a História e a Geografia para que as aprendamos de novo, de modo diferente. É neste sentido que leio o apelo de Homi Bhabha à criação de um terceiro espaço — um espaço de enunciação das diferenças culturais — capaz de introduzir "uma fractura entre a tradicional procura

culturalista de um modelo, (...) um sistema estável de referências e a indispensável negação da certeza na articulação de novas necessidades, sentidos e estratégias..." (Bhabha, 1994: 35). Entre a busca de seguranças (por exemplo, a procura da história ou da tradição) e a incerteza do presente (por exemplo, a definição das necessidades sociais e culturais), está contida uma dimensão enunciativa que pode e, de acordo com Bhabha, deve ser subversiva e pôr em causa os modos dominantes de imposição/ sujeição cultural, geralmente ausentes da nossa crença num passado distante ou numa cultura inferior.

A proposta de Bhabha ganha em clareza se conjugada com aquilo que me parece ser central nos chamados estudos pós-coloniais ou da subalternidade. Aqui pontua, entre outros, o nome de Gayatri C. Spivak, que se assume como cultora das descontinuidades socioculturais e para quem é preciso instaurar uma radicalmente nova "mundialização do mundo", baseada num "persistente reconhecimento da heterogeneidade" (Spivak, 1988: 20). O que está em causa, para Spivak, não é uma definição continuista das diferenças, mas uma "aceitação radical da vulnerabilidade" e uma "política de campo aberto" (politics of the open end) (Spivak, 1990: 104), na qual a própria escolha da marginalidade se encontra legitimada enquanto acto, mesmo se anárquico, de inclusão social.

Uma "política de campo aberto" é um convite à descoberta, à aventura, à viagem feita por novos trilhos, sem destinos definidos quer espaciais quer temporais, por vezes sobrepostos, por vezes separados dos antigos. Este é um traço incontestável do nosso presente e da nossa vida urbana. Nenhum deles admite qualquer princípio orientador pré-determinado por serem ambos constituídos por imagens e estereótipos, tanto do passado como do futuro, tanto do local como do global.

Iain Chambers, no seu notável ensaio sociológico-literário sobre as migrações e a cultura (Chambers, 1994), assinala como na era da informação electrónica não é o sentido do lugar, mas o sentido da deslocalização que predomina e orienta os sujeitos. Este novo sentido de deslocalização supera a antiga percepção que tínhamos do nomadismo, enquanto movimentação de indivíduos entre lugares físicos distintos. Na era do ciberespaço, o que se desloca são as imagens, os discursos e as narrativas que passam velozes sobre os corpos físicos e os imaginários simbólicos dos sujeitos que, assim, se movem, sem se movimentarem,⁵ num espaço de fantasia, mas nem por isso menos funcional para o relacionamento humano.

Também por esta via, o quotidiano dos sujeitos se tornou errático, marcado por práticas liminares e de vertigem, por novas concepções do tempo e da memória, por reconceptualizações do espaço, reavaliações da política, da estética e da moral. A "aceitação radical da vulnerabilidade", por que clama Spivak, pode ser lida como a inversão provisória, mas libertadora, das perspectivas, numa exaltante violação das narrativas universalistas,

homogeneizantes e hierarquizadas dos conteúdos e significados do espaço e do tempo.

As ruínas da cidade e a transfiguração do quotidiano

Um efeito importante contido no processo de *destruição criadora* das identidades refere-se ao modo como os sujeitos se relacionam, por um lado, com o tempo, e mais concretamente com as suas referências ao passado e a memória quer pessoal quer colectiva, e, por outro lado, com o espaço, imediato ou representado, em que interagem. Associado à deslocalização do nosso sentido do *centro*, o processo de *destruição criadora* de identidades pode converter-se num acto radical de busca da alteridade, o qual, por sua vez, se pode traduzir na vontade inabalável de viver em hibridismo, de "estar no meio e entre as coisas", como diria Michel de Certeau, sem necessariamente se identificar com nenhuma delas, de modo sólido e fixista.⁶

Estes aspectos são analisados procurando detectar algumas linhas de compreensão do modo como os indivíduos se relacionam com os lugares históricos e monumentais da cidade e daí retiram elementos com que procuram, de um ou outro modo, dar sentido ao seu próprio lugar no mundo contemporâneo. Sob o pano de fundo da cidade, espaço físico mas também simbólico de interacção, procura-se ancorar a discussão na questão do património histórico-cultural, dando especial relevo ao significado atribuído às ruínas, aos monumentos e aos museus.

Serão as ruínas, os monumentos e os museus manifestações espaciais e artefactos que decoram a cidade que habitamos, ou ao contrário, serão elementos históricos, artísticos e culturais que actualizam o passado e lhe dão vida? Com eles temporalizamos o espaço ou espacializamos o tempo? A resposta tem que ser forçosamente ambígua, como ambígua é a própria pergunta. Desde Michel Foucault (1979) que se reconhece que os elementos físicos interferem com as classificações simbólicas da acção social. Ou seja, a cultura material contém um valor simbólico com consequências práticas nas relações sociais. Todavia são necessárias algumas explicitações neste domínio. Chandra Mukerji sustenta que a divisão entre os elementos físicos e simbólicos se dissipa nos ambientes socialmente construídos, o que arrastaria consigo um efeito de esbatimento sobre os respectivos sentidos sociais, nomeadamente os que se referem à distinção social:

Pontes, canais, caminhos de ferro, estradas e mesmo os trilhos dos bosques, precisamente porque organizam os movimentos humanos, contribuem todos eles para a formação (ou não) de laços sociais (Mukerji, 1994: 145).

As relações assim construídas parecem superar os alinhamentos temporais e espaciais, presentes nos modos de percepção das identidades. Decorreria daqui que toda a arquitectura da cidade, e desde logo as suas ruínas, monumentos e restante património histórico e arquitectónico, estariam para além e acima das relações sociais directas que os sujeitos estabelecem entre si. Funcionariam como simples depósitos de frias e longínquas memórias, desligadas de quaisquer contextos socialmente significativos, incapazes de dar sentido cultural a temporalidade, limitando-se a suster, no espaço, resíduos e manifestações de outros modos de vida (Mukerji, 1994: 145).

Não se pode desprezar o facto de, apesar de se ter tornado espaço público, a arquitectura histórica e monumental das cidades — por exemplo, edifícios monumentais, palácios, museus, jardins ou ruínas milenares — tenha continuado a funcionar como marcador social de distinção. Reservados que foram, noutros tempos, às diferentes elites sociais que lhes deram uso como barreira auto-protectora no contacto com os estratos sociais inferiores, a arquitectura histórica e monumental das cidades não é socialmente neutra. Por certo deixou de estar associada ao gosto excêntrico e socialmente selectivo, para o que muito contribuiu a democratização do seu acesso, em vista da sua nova configuração como espaço de lazer da cidade. A concomitante perda da sua aura, ainda que possa contribuir para a destituição deste património construído do efeito de diferenciação social, fá-lo só parcialmente e não lhe retira, e eventualmente até reforçará, a sua capacidade de funcionar como instrumento ao serviço de estratégias simbólicas de auto-promoção e de integração sociocultural,⁷ sobretudo por parte das classes médias, detentoras de crescentes capitais e competências culturais.

Este argumento é particularmente aplicável ao caso das ruínas milenares das cidades históricas. As ruínas das nossas cidades apresentam-se aos indivíduos com uma dupla qualidade: por um lado, são repositórios de outros modos de vida, por outro lado, estimulam a construção imaginada do presente. Esta construção reinventada do presente, feita a partir do fragmento disperso que é a ruína, terá forçosamente que ser uma construção parcial, feita à medida de sujeitos *descentrados* e do seu universo de referências. Isso mesmo decorre do facto de, como assinalou Maurice Halbwachs (1950), as comunidades não poderem reconstruir o seu passado colectivo e fazê-lo perdurar senão através das suas interpretações do presente, pois que se perdeu a "materialidade estruturante" daquele passado. Por isso mesmo, a ruína milenária que integra a paisagem estética da cidade de hoje é envolvida e transcrita nos termos de uma nova "materialidade", imaginada a partir do presente, o que confere a memória colectiva, não apenas um carácter parcial, mas sobretudo "irreal".

Aliados a esta dupla qualidade, detectam-se dois sentidos em que as ruínas podem ser interpretadas como sinais do passado no presente. Num primeiro sentido, mais pessimista, as ruínas ilustram transitoriedade e de-

crepitude. A sensação de decadência dos anteriores sistemas de vida e modelos arquitectónicos que as ruínas patenteiam vem juntar-se a perda de confiança e à descrença no conhecimento contemporâneo (van Reijen, 1992). Neste primeiro sentido, tudo é transitório e contingente, como as ruínas o parecem demonstrar: as ruínas não representam o passado, ilustram antes um presente sem futuro, a ser vivido aqui e agora, ao sabor da busca da satisfação pessoal dos sujeitos e das suas representações.

Num segundo sentido, mais optimista, as ruínas são realmente fragmentos e sinais do passado. Ainda que seja um passado imaginado, e por isso mesmo, elas reconfortam-nos, tanto pessoal como colectivamente. De acordo com David Lowenthal, o conforto do passado, por oposição ao presente e ao futuro, reside em quatro ingredientes específicos que, por analogia, podem ser adaptados aos sentidos positivos que as ruínas podem transmitir. Assim, e seguindo Lowenthal (1986: 52-67), em primeiro lugar, o passado é sinónimo de antiguidade, ou seja, de proximidade com uma comunidade em que tecnologia e arte, cultura e natureza se equilibram. A ruína antiga contém este sentimento de equilíbrio. Em segundo lugar, o passado é continuidade. Tal como ele, também a ruína nos fala de um processo de criação cumulativa do qual descendemos e somos herdeiros, o que transmite segurança pessoal e social. Em terceiro lugar, o *finalismo* do passado está também contido no fragmento que é a ruína. Esta insinua-se como sinal de estabilidade, de obra acabada, que nos enche de confiança perante a incompreensão e a desordem do presente. Por fim, o passado é uma sequência, um trago de união entre dois momentos temporais, um aspecto que, cada vez mais, somos incapazes de atribuir ao presente. Por isso a ruína nos conforta porquanto nos ajuda a ordenar e a tomar entendível esse passado.

Num pequeno e intrigante texto, Georg Simmel (1959) atribuiu as ruínas esta capacidade de apaziguamento das consciências dos seres humanos. Sendo uma expressão do confronto entre a intenção humana e a contingência, para Simmel, a ruína é principalmente um sinal do conflito entre a natureza e o espírito. Nela se plasma a "vingança" da primeira em relação à violação que lhe infligira o segundo. Há aqui um ordenamento cósmico que a ruína parece repor, reestabelecendo um equilíbrio nostálgico entre os elementos: a Razão e a Natureza acima do espírito dos homens e da cultura.

Desta harmonia reestabelecida exala uma intensa sensação de paz e temperança que Simmel sintetiza da seguinte forma: "o passado, com os seus destinos e transformações deixou-se captar, esteticamente, por este instante perceptível do presente" (Simmel, 1959: 265, *itálicos* meus). Trata-se de uma paz conseguida pela estetização do lugar, o que, naturalmente, equivale a dizer que nem todas as ruínas são apaziguadoras:

[O]s restos das colunas espalhadas pelo chão do Fórum Romano, diz Simmel, são simplesmente feios e nada mais; enquanto uma coluna [...erguida, ainda

que...] quebrada — digamos partida pelo meio — pode revestir-se do máximo encanto (Simmel, 1959: 265).

"As colunas espalhadas pelo chão" são sinais, ainda que trágicos, não de um passado glorioso, mas da decadência política e da incúria dos indivíduos. A cidade descuidada, os prédios, as ruas e os bairros degradados, os monumentos e o restante património abandonado assinalam, para Simmel, não a cidade em ruínas, mas antes a cultura arruinada. Quando o passado é um destroço, o presente fica hipotecado e, ainda seguindo o pensamento de Simmel e para lhe fazer merecida justiça, pode dizer-se que, para salvar o passado e respeitar o presente, será precisa uma política capaz de manter e preservar o nosso património e, persistentemente, "revesti-lo do máximo encanto".

Reconhecendo embora algum romantismo no pensamento de Simmel, o que importa reter é que a paz e a harmonia que brotam da ruína milenária se constituem em incontornável evasão do presente. Elas podem projectar-nos para fora de nós próprios, para um lugar e um tempo fantásticos, sem limites, através da "passividade positiva, pela qual o homem se torna cúmplice da natureza" (Simmel, 1959: 261).

Nesta linha de ideias, Chris Rojek recorda Pierre de Coubertain, o pai dos Jogos Olímpicos modernos, que, em 1896, inscrevia no seu diário as "supremas sensações" que as ruínas de Olímpia lhe transmitiram:

Deixei-me ficar a ver o sol nascer, e logo que os primeiros raios de luz invadiram o vale, apressei-me a chegar as ruínas. A sua pequenez... não me surpreendeu nem me decepcionou. Era urna arquitectura moral aquela onde eu ia buscar ensinamentos; e eis que ela se ampliou em todas as suas dimensões. A minha meditação durou toda a manhã.(..) Por toda a manhã deixei-me ficar a divagar por entre as ruínas (Coubertain, *cit.* in Rojek, 1993: 113).

Retenhamos, por um instante, as duas dimensões acabadas de referir. Por um lado, a estetização do espaço que as ruínas milenares traduzem e pela qual nos provocam sensação de paz. Por outro lado, e articulada com esta, a sua capacidade para suspender o nosso presente e nos fazer divagar. Na conjugação da estética com a suspensão do presente e a divagação, aquilo que nós temos é, por analogia, um acto puro e mundano de consumo moderno.

Sem pretender fazer uma análise pormenorizada do significado da mensagem publicitária dos agentes promotores das ruínas das nossas cidades, enquanto objecto de consumo turístico, porém, não deixarei de referir que esta me parece ser a melhor demonstração da função que as ruínas milenares hoje desempenham no nosso quotidiano cidadão. Pensemos apenas nas seguintes três mensagens:

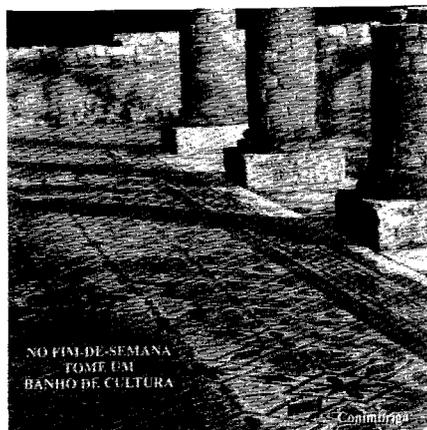
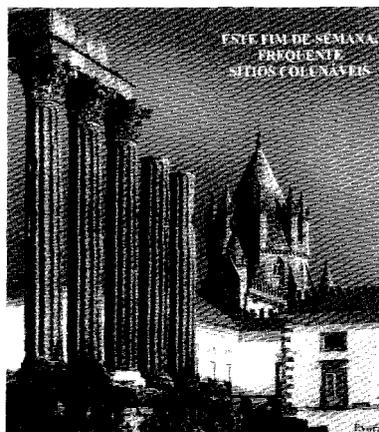


Figura 2.1 Mensagens promocionais do turismo histórico-cultural
Fonte: ICEP.

São mensagens publicitárias divulgadas massivamente entre nós e apostas sob um pano de fundo em que sobressaem ruínas ou monumentos singulares do nosso património. A luz do que tenho vindo a dizer, estas mensagens publicitárias poderiam ler-se como: VISITE LOCAIS HISTÓRICOS: DEIXE-SE TRANSFORMAR!

Estes lugares históricos, em particular as ruínas antigas, mas também, como veremos de seguida, os monumentos, são lugares especiais que, como as *heterotopias* de Foucault (1986), sustentam uma variada justaposição de significados, em razão do que promovem a deslocalização dos sujeitos ao mesmo tempo que os fixam num determinado lugar. Funcionam como uma espécie de espacialização da utopia ao poderem converter a nossa identidade na nossa alteridade. A paisagem cultural pós-modernizante das cidades de hoje está carregada destes lugares de significados contrastantes. Ao lado dos

monumentos e ruínas, também os museus, os santuários, os cemitérios, os estádios ou os grandes centros comerciais funcionam, em diferentes graus como lugares de deslocalização da personalidade dos sujeitos.'

Por via quer da sua dimensão estética e artística, quer da sua materialidade arquitectónica, quer do seu simbolismo, estes lugares não se limitam apenas a parecerem templos, eles funcionam enquanto tal. Implicam estados de transitoriedade da condição social e, sobretudo, dos estados de espírito e das emoções dos sujeitos. A arte, como a ciência moderna, reconhece que entre o observador e o observado se estabelecem relações complexas. Observar qualquer coisa é torná-la objecto dos nossos sentidos, exercer uma influência sobre ela, transformá-la e consumi-la. Todavia, porque a transformação do objecto é sempre também a transformação do sujeito, é este que, em última análise, se transfigura no acto da observação do mundo exterior. Isto mesmo atesta Carol Duncan quando conclui que os visitantes destes lugares "trazem consigo o desejo e a capacidade de *se transferirem para um outro estado de receptividade (...)* e um certo tipo de contemplação e de aprendizagem" (Duncan, 1991: 91, *itálicos meus*).

As ruínas e os restantes exemplares do património histórico são, portanto, espaços ritualísticos, que podem suportar a transformação da identidade dos sujeitos, através de processos sociais semelhantes a condição de liminaridade, contida nos ritos de passagem estudados por Victor Turner (1969). Assim acontece com os visitantes das ruínas milenares das nossas cidades históricas, ou seja, com aqueles que, respondendo ao apelo, se dispõem a "*sair de casa para entrar na história*" e que, ao fazê-lo, suspendem e se libertam deliberadamente do seu presente, transformando-o e transformando-se. O mesmo sucede com aqueles outros que "*frequentam sítios colunáveis*", num mero acto de estetização do seu quotidiano e que, por via disso, também se deixam transformar. Que dizer ainda dos que preferem sair de casa e "*tornar um banho de cultura*"? Aqui estamos perante um acto de auto-promoção e, mais que isso, de confronto com a diferença (cultural) e correspondente incorporação de outros sentidos no conjunto da sua personalidade.

É possível assim sustentar que a visita às cidades e aos lugares históricos representa e pode significar uma passagem, uma transição. Mas uma passagem e uma transição especiais, já que no seu decurso, os indivíduos se vêem a si próprios e aos olhos dos outros como não tendo nada de seu, sobretudo não tendo obrigações. Vêm-se e deixam-se ver ou insinuam-se como seres sem estatuto, sem propriedade e sem distintivos sociais e, simultaneamente, com tudo isso. As nossas cidades históricas e do passado, pela ambivalência interpretativa a que estão sujeitas, são lugares privilegiados para que nos permitamos divagar por entre o seu património histórico edificado, dando azo à nossa imaginação, isto é actuando no sentido da *destruição criadora* das nossas identidades.

Isto não equivale a dizer que a visita ao lugar histórico, como a ruína da cidade, cumpra integralmente, como o rito de passagem, uma radical e completa mudança de condição ou estatuto do visitante. Atesta-o o facto de a análise do turismo cultural em cidades históricas revelar uma fraquíssima incorporação do significado e da mensagem histórica das ruínas e monumentos visitados. Particularmente revelador é o facto de, nos seus discursos, os visitantes denunciarem uma consciência vaga da presença e do papel daqueles lugares históricos, mostrando-se até dispostos, muitos deles, a verem alterada toda a paisagem cultural e estético-ambiental envolvente de tais exemplares do património histórico e monumental, em favor do seu conforto pessoal (ver adiante, capítulo 3).

O que pretendo sublinhar com isto é que a "estimulação dos sentidos", de que falava Simmel (1997), a fuga do presente e o refúgio no passado, proporcionados pela ruína antiga, são profundamente temporários e baseiam-se em critérios estéticos, não substantivos. Terminado o ritual da visita e contemplação, regressa-se ao presente descendendo do quotidiano. O visitante, comporta-se assim como o flâneur, divagando sem destino, pelos espaços fantasmagóricos da cidade e das ruínas, observando e, simultaneamente, cultivando o gosto narcisista de ser observado.

Por mais efémera e superficial que esta atitude pareça ser, no entanto, seria totalmente errado que a desprezássemos sem lhe atribuir qualquer significado. Pela minha parte, julgo que esta situação revela desde logo uma ambivalência, senão mesmo uma total indiferença, perante a história, o tempo e a memória como constituintes das formações identitárias na pós-modernidade. Em segundo lugar, creio que é sintomática da tendência para uma generalizada estetização do quotidiano e a mercadorização do próprio tempo e da própria memória. Por fim, julgo que pode ser interpretada como uma forma de resistência a ordem cultural dominante na modernidade, hoje posta crescentemente em causa, a qual pretendia investir certos espaços, como as ruínas, os monumentos ou os museus, de uma qualidade aurática particular e socialmente segregadora, exigindo dos indivíduos uma gestualidade sóbria, recatada e respeitosa (Rojek, 1993: 170), ao lado da aceitação da mensagem oficial implícita, geradora da sua própria segregação.

Uma vez mais, sem pretender desenvolver aqui nenhuma destas razões, não quero deixar de sublinhar que a atitude flâneur do visitante das ruínas, a sua preferência pelas expressões estéticas imediatas, mais que pelos conteúdos, acima de quaisquer outros critérios, a livre manipulação que faz do significado histórico da ruína, porque a faz radicar no (seu) presente e na busca temporária da sua satisfação pessoal, a que se acrescenta uma gestualidade descomprometida, são elementos que sustentam a hipótese de que a visita a ruína da cidade contem sinais que, parcialmente, remetem para uma espécie de actualização da carnavalização do quotidiano, que M. Bakhtin (1984) detectou nos mercados e festas medievais da Europa ocidental.

A transgressão dos sentidos é a palavra de ordem, sobretudo a transgressão da autoridade, da gestualidade codificada e das narrativas socialmente hierarquizadoras e simbolicamente segregadoras. A paisagem urbana pós-moderna é sintomática deste sentido transgressor. Estou a pensar na própria configuração arquitectónica das nossas cidades que se revela uma simbiose de estilos e de tempos diversos, senão mesmo antagónicos (Giedion, 1978). O estilo que predomina na arquitectura urbana de hoje é a mistura dos estilos, numa inusitada demonstração de variedade estética e de sensibilidade histórico-arqueológica. A natureza da paisagem urbana diversifica-se as ruínas e outros conjuntos arquitectónicos antigos e mais amplos, criados com intencionalidades bem definidas e por classes sociais também claramente identificadas, mostram-se adaptáveis a épocas distintas, com outras funcionalidades e exigências e ao serviço de outras classes sociais. A procura destas justaposições e, portanto a contestação de uma ordem estética e arquitectónica única própria da modernidade, só se compreende porque o mundo necessita hoje, à medida que aumenta o "reconhecimento da sua heterogeneidade" como diria Spivak (1988), de certificar e tornar visível a sua própria universalidade.

Se vivemos numa sociedade e num tempo contingentes e de prova, é perigoso conferir uma importância excessiva aos nossos próprios gostos e à nossa própria época. No tocante aos arranjos arquitectónicos e à paisagem cultural e estética da cidade aquilo que parece mais recomendável é, portanto, combinar e coordenar entre si novas possibilidades e velhos estilos. O passado toma-se deste modo tão acessível como o presente, o que demonstra termos perdido um qualquer critério universal de cultura, e abraçado uma atitude possibilista ou uma "política de campo aberto" como referi acima.

Os monumentos e o passado indeterminado

Os monumentos históricos intencionais partilham uma série de características com outros lugares como as ruínas, os bairros antigos, ou os trajectos literário-culturais das cidades.⁹ O seu apelo é dirigido à consciência histórica e contribuem, assim, para a memorialização do passado (Rojek, 1993: 194). Porém, os monumentos revelam uma relação indeterminada com a história. Enquanto que um "passeio na história" ou a visita a um jardim antigo, ou a entrada na velha casa de uma celebridade política ou literária, ou num velho castelo, são convites à história vivida onde determinados acontecimentos tiveram lugar, os monumentos intencionais são apenas representações desse passado. No primeiro caso, o passado torna-se presente de modo directo. No segundo caso, os monumentos não identificam exactamente o sítio onde determinado acontecimento terá ocorrido e, em resultado desta desvinculação com a espacialidade histórica, a relação com o passado e a memória

toma-se indeterminada.¹⁰

Esta indeterminação torna os monumentos atemporais. Como acontece com a memória colectiva, que reconstrói o passado a partir do presente, a relação indeterminada dos monumentos intencionais com a história e a memória não diminui em nada o seu dramatismo. O significado social dos monumentos, com origem fora dos próprios edifícios e construções monumentais, está inscrito nas narrativas que lhes são apostas, podendo ou não ser aceites ou recriadas pelos visitantes-consumidores. Por não existir uma relação directa entre o significado histórico que são supostos transmitir e aquilo que significam, os monumentos são, como as ruínas, um convite a imaginação do passado e, nalguns casos do presente. Sem serem o passado, tomam-se uma representação sua. Este é o princípio fundador da capacidade de sedução dos monumentos. Como representação, portanto sujeitos a significados plurais e ambíguos, os monumentos funcionam como *textos visuais* que, qual atributo estético da cidade moderna, não param de "estimular os nossos sentidos".

Henri Lefebvre faz contrastar a "monumentalidade" da cidade com a banalidade dos edifícios, mostrando como os monumentos intencionais se inscrevem num "espaço poético" que, porém, não deixa de revelar uma determinada expressão do poder político (Lefebvre, 1991: 220-226). Neste sentido, para Lefebvre, os monumentos fazem parte do processo de produção social do espaço urbano e a sua "mensagem" é uma mensagem de poder, "contida e imposta" na expressão física (interior e exterior) da construção monumental. A "mensagem" do monumento surge, então, politicamente pré-determinada, pois que "diz aquilo que tem a dizer" de forma incontestável, eliminando interpretações alternativas, o mesmo é dizer, pressupondo uma regra de uniformidade cultural e interpretativa dos sujeitos e grupos sociais perante o significado do espaço urbano e monumental. O discurso de Lefebvre sobre os monumentos, no entanto, revela-se ambíguo, também ele, pois que se admite, por um lado, que a construção monumental torna o espaço urbano visível e transparente, por outro lado, sustenta que essa construção monumental mascara as modalidades de poder que as tornaram possíveis (Lefebvre, 1991: 143). Deste modo, ao mesmo tempo que toma o espaço visível e transparente, o monumento, torna-o também opaco e indecifrável, ou seja, reforça o carácter ambíguo da sua "mensagem" intrínseca, histórica e social.

O sentido do tempo e da história que os monumentos transmitem, sendo intrinsecamente ambíguo, é-o mais ainda quando se trata dos monumentos das cidades-capitais. Aí, o monumento globaliza-se, por assim dizer, e torna-se um símbolo comunitário, de nacionalidade, ou mesmo civilizacional. Do particularismo da sua expressão, o monumento pode converter-se num símbolo agregador de um passado colectivo, ainda que sujeito a ser desigualmente partilhado. Sendo a globalização, acima de tudo, como

sustenta Boaventura S. Santos (1997), um reconhecimento colectivo de particularismos, o sentido ambíguo da história total que o monumento encerra vê-se simultaneamente ampliado e fragmentado nas sociedades democráticas.

Este é um corolário do facto de o sentido partilhado da globalidade ou da nacionalidade ser sempre um sentido múltiplo. Não apenas por a comunidade nacional, ou para este efeito, a comunidade global, ser uma comunidade imaginada (Anderson, 1983), mas principalmente pela "persistente heterogeneidade" social que esta encerra (Spivak, 1988). Daí que, em contextos sociopolíticos democráticos, se torne particularmente difícil decidir sobre a iconografia legítima dos monumentos nacionais (Martinius, 1986).

A ambiguidade dos monumentos intencionais alastra, portanto, a própria identidade política da sociedade democrática. Na verdade, ao serem construídos para sempre, como sinais duradouros de eternidade, os monumentos misturam uma criação artística do passado, com a sua memorialização simbólica no presente e o desejo de um testemunho para o futuro. Ora o espírito democrático, por natureza um espírito de risco e de contingência, relaciona-se com dificuldade com este sentido de eternidade que os monumentos pretendem simbolizar. Mas que eternidade, pode perguntar-se. Para além deste sentido de contingência ontológica, o monumento condensa em si um assinalável sentido de ambivalência de significados que não são nunca nem únicos nem finais. Um dos melhores exemplos disto é-nos oferecido pela reportagem mnemónica de Walter Benjamin. Com efeito, em Rua de Sentido Único, Benjamin detém-se perante o obelisco egípcio da Praça da Concórdia para mostrar que "aquilo que há quatro mil anos ali foi gravado, encontra-se hoje no centro da maior de todas as praças. Se isto lhe tivesse sido profetizado — que triunfo para o faraó!" (Benjamin, 1992a: 68). No decurso da sua história (e da sua translação), o monumento que fora símbolo (localista) do poder egípcio exorta agora o poder colonial (universalista) da França. Se antes fora um sinal intencional de triunfo e de prestígio de um povo, agora foi convertido em marca de derrota e descrédito desse mesmo povo.

Porém os monumentos, como de resto todo o conjunto do património histórico e cultural de uma nação, mesmo quando deslocalizados como o obelisco da Praça da Concórdia, pretendem exercer uma função agregadora na comunidade. Os monumentos não podem, por si, fomentar relações sociais directas, de face-a-face, entre os sujeitos. Quando o fazem é através da sua capacidade de sedução e de excitação dos sentidos dos que os visitam ou veneram. Como sustenta Harvie Ferguson (1992: 246), a principal característica da excitação reside no facto de o seu significado poder ser canalizado entre os indivíduos, sem necessidade de relações sociais pré-estabelecidas ou de directo inter-conhecimento. Contudo, em situações de excitação colectiva, "os estranhos tornam-se conhecidos através do seu consumo simultâneo" (Ferguson, 1992: 246). Se admitirmos, para efeito do argumento, que é esta a

situação que mais comumente se verifica, isto é, que é a visita em grupo que predomina nos monumentos, o consumo colectivo do seu significado não gera qualquer comunidade estável de interesses. Gera, ou pode gerar, no entanto, formas diversas de sociabilidade e de interacção no lazer, muito particularmente quando estes lugares surgem animados por acções ou experiências de forte pendor mimético. Neste caso, os monumentos não podem senão proporcionar processos de identificação circunstancial e efémera entre os indivíduos, pois que as relações sociais que se estabelecem por seu intermédio perduram apenas enquanto se puder continuar a consumir o "objecto".

Apesar da resistência ou do desconforto que isso possa provocar, o monumento histórico nas sociedades contemporâneas apresenta-se como simples objecto de consumo. O esforço de lhe atribuir um sentido único revela-se inglório. Como qualquer objecto mercantil numa sociedade de consumo, a busca da autenticidade e do exclusivismo dos monumentos é subvertida, a cada instante, pelo mercado da autenticidade (textos científicos, guias, folhetos explicativos que lhe são apostos por uma panóplia de agentes promocionais, quer públicos quer privados), pelas tradições e histórias imaginadas por sujeitos *descentrados* e, por fim, embora não menos importante, pela própria mercadorização da cultura.

Anote-se, a este propósito, o processo de mercadorização a que os monumentos intencionais, como outros exemplares do património histórico arquitectónico, estão hoje sujeitos. A sua reprodução em postais, guias turísticos, cinema, ou reportagens televisivas, ainda que os tomem objectos de consumo de acesso massificado, não se traduz directamente em sintoma da perda da sua aura. Pode-se problematizar aqui o conhecido argumento de Walter Benjamin (1992b) de acordo com o qual a reprodução massiva do objecto artístico elimina o seu valor aurático. Creio que a sedução que qualquer monumento encerra, resultante de uma simbiose de elementos físicos e representacionais, por emergir de factores atemporais, como o simbólico e o dramatismo da história que pretende revelar, escapa a situação de anticlímax que a reprodução poderá ocasionar noutras situações. A reprodução da imagem do monumento é a reprodução do seu elemento físico, não do seu elemento simbólico e representacional. A sua vista directa, o monumento conserva um valor de sedução e atractividade mais elevado do que advogam os defensores da tese da perda da aura, admitindo-se que poucos escapam a uma estimulação mais ou menos forte dos sentidos. Divaga-se quando se olha o monumento e, como espectadores, repetimos a experiência de Pierre de Coubertain, isto é, somos postos perante um instante dramático singular que nós próprios nos encarregamos de gerar e de gerir. Não raro, podemos deixar-nos transportar a um universo fantástico de imaginação pessoal, tanto histórica, como estética ou política, como podemos, de resto, ignorar ou trivializar a sua presença e o seu significado."

Ainda que possamos admitir que o monumento não escapa ao "sentido da igualdade universal das coisas", que Walter Benjamin responsabilizava pela perda da aura do objecto artístico, em meu entender, ele conserva um profundo sentido de encantamento, em tudo semelhante a generalidade dos artefactos consumidos na nossa sociedade. Tudo ocorre, afinal, como no caso do som, do perfume, da imagem ou do texto que, reproduzidos ou citados com frequência, continuam, apesar disso, a ser objectos do desejo dos respectivos consumidores, ainda que sujeitos a uma incontestável pluralidade de formas de percepção e apropriação.

Museus e autenticidade

Existe uma outra dimensão do nosso património cultural e histórico que merece uma referência breve neste contexto. Trata-se do lugar dos museus modernos, tanto os museus de arte como os histórico-etnográficos e arqueológicos ou os industriais, da ciência e da técnica. Os museus têm uma história recente que começa com o Iluminismo e depois se acelera, dadas a sua multiplicação e variedade, em meados do século XIX. Esta história pode ser contada nos termos das relações complexas entre o poder político das instituições, a influência dos seus promotores abastados e os detentores do saber e da arte, tanto sagrada como profana (Bennett, 1995; Pomian, 1990).

De um modo geral, os museus estão hoje, todos eles, perante uma crise de identidade, que se relaciona directamente com a sua gradual transformação de espaços reservados e elitistas em espaços públicos, de entretenimento e de lazer (Faria, 1995). Nesta metamorfose está contida a perda do sentido paternalista originário com que as classes altas e médias "educadas" ofereciam o museu as suas congéneres mais desfavorecidas e iletradas. Mas está também contida, nesta crise de identidade dos museus, a história da desvalorização cultural do objecto que o museu expõe e da correspondente complexificação do discurso e da narrativa que enuncia.

De acordo com estudos recentes a procura de solução para esta crise tem forçado a revisão dos objectivos e funções dos museus. A pretensão de servirem a comunidade, local ou nacional, e o passado tem sido posta em causa e substituída por uma outra perspectiva mais individualística e presentista, de acordo com a qual os museus servem hoje o indivíduo e o presente (MacDonald e Silverstone, 1990). Aquilo que esta deslocação de objectivos — da colectividade para o indivíduo, e do passado para o presente — testemunha é a ofuscação do cidadão e o surgimento do consumidor. A crise dos museus tem por isso contornos económicos e de mercado, já que não podem manter-se vazios de público/consumidores, e culturais, já que a questão passa por saber como definir, primeiro, e atrair, depois, um visitante

que, sendo um consumidor, é tão diversificado do ponto de vista social como do ponto de vista dos seus interesses e motivações.¹²

Como disse atrás a propósito das ruínas e dos monumentos, também os museus se confrontam com a tensão entre, de um lado, a individualização e o carácter local do seu significado e mensagem e, de outro lado, a universalização e a globalização das suas narrativas e discursos. Como dar resposta a minorias sociais e periferias culturais é sem dúvida, um dos principais motivos de preocupação dos conservadores dos museus das nossas cidades. Parte do problema radica na incerteza e na ambivalência dos nossos critérios classificatórios, já que se chegou a um ponto em que, para utilizar as palavras de Umberto Eco, "conceitos como Verdade e Falsidade, Autêntico e Falso, Identidade e Diferença se definem circularmente uns aos outros" (Eco, 1992: 217). A questão central da crise actual dos museus é portanto, parte integrante do refúgio que a sociedade tem vindo a procurar na flexibilização dos critérios utilizados para determinar aquilo que é esteticamente valioso, historicamente significativo ou arqueologicamente íntegro, para públicos que são social, política e culturalmente diversos.

A escolha dos sentidos e significados é lição individual e negociável de acordo com as disposições dos sujeitos *descentrados*. Perante o subjacente "excesso de sentidos" e de significados que podem encerrar, e porque os museus são sempre uma colecção, o desafio que lhes é imposto está em saber como ordenar e dar sentido aos seus conteúdos e funções. Perante a ambivalência dos critérios tudo se tornou hoje museologizável, tanto as imagens, o som ou os odores, como a ciência, a técnica ou a memória.

Desde há muito que se centrou sobre esta descontextualização dos objectos museológicos a crítica sobre os museus (Negrin, 1993). Vistos, nalgumas críticas mais radicais, como "sepulcros da arte" ou "mausoléus da criação", os museus são responsabilizados pela "petrificação" quer da história quer da cultura. Esta crítica é uma denúncia da sobreposição quer dos tempos quer dos critérios estéticos que devem presidir à ordenação e a classificação daquilo que é exposto. O que está em causa, testemunham-no dois conceituados especialistas, é a sua autenticidade: "os museus podem expor 'objectos reais', mas uma função da epistemologia relativista é demonstrar que a autenticidade constitui um traço não apenas do objecto em si, mas da experiência do próprio sujeito" (MacDonald e Silverstone, 1990: 181).

Outros modos de exposição da "realidade", como a televisão por exemplo, constituem lição um desafio a autenticidade do objecto exposto e a própria verdade do museu. Não estamos nunca certos, porque os significados são individualmente negociáveis, sobre aquilo que é mais ou menos "autêntico", se o objecto exposto num conjunto taxinomicamente ordenado, ou antes o objecto mostrado no seu contexto prático de uso, como a televisão é capaz de fazer.¹³

O objecto exposto no museu está longe de ser apenas um artefacto material. Ele é também e acima de tudo uma narrativa, ou seja, uma história contada sobre nós próprios ou sobre os outros, o que, como sustentei atrás, se tornou, no contexto radical de *descentramento* dos sujeitos, uma e a mesma coisa. Precisamente porque a narrativa é uma descrição, ela não diminui a complexidade do mundo, antes a amplia. As narrativas contidas nos nossos museus são actos culturais de possível conversão da vida dos outros, sejam eles os outros fisicamente distantes ou os historicamente afastados, na nossa própria. Desta sobreposição de tempo, espaço e alteridade, a visita aos museus, hoje públicos e acessíveis a todos, é um acto generalizado de desdiferenciação social. Como os objectos expostos, perante eles, também os sujeitos se descontextualizam. Julgam-se, por um instante, dominados apenas pela paisagem estilizada do ambiente e pela sua narrativa sempre manipulável em que o passado e o presente se misturam e o futuro não se vislumbra. Este ambiente estilizado, de modo semelhante ao espaço da ruína ou do monumento histórico, é potencialmente libertador das necessidades e equivalente a um mundo sem limites nem constrangimentos.

Um mundo sem limites nem constrangimentos é acima de tudo o mais, um mundo de promessas. Se admitirmos que no capitalismo a promessa é fundamentalmente a promessa económica e que a sua concretização só se materializa na experiência do consumo, não surpreendem as razões da crise de identidade dos museus de hoje. Tornaram-se um espaço de visita e de contemplação especiais, em que o público se tomou privado, o colectivo se tomou individual. Nos nossos museus de hoje os visitantes não se limitam a observar. Eles apropriam, a seu belo prazer, os sinais, as narrativas e a estilização do ambiente que o museu encerra. Este é o mundo prosaico do consumo.

A crítica endereçada aos museus como "lugares de petrificação" da cultura e das memórias chama justamente a atenção para a decadência e a morte das práticas, culturas e patrimónios humanos que neles são representados. A vida do museu, como Simmel diria a propósito da novidade e da criação, é ordenada paradoxalmente pelo princípio da destruição e da morte. Não é a cultura do consumo, regida por igual princípio de finitude e renovação, aquela que hoje preside à organização dos nossos museus? Por que não haveria de ser assim com o consumo da cultura que se exercita nesses lugares?

Dito de outra maneira, não creio que seja justa a avaliação segundo a qual os museus desempenham uma função menor, porque inautêntica, no panorama patrimonial das comunidades. Como as ruínas ou os monumentos das cidades eles são modos particulares de expressão cultural numa sociedade de sujeitos *descentrados* em busca permanente e criadora das suas identidades. Para este efeito, os museus valem tanto como os outros potenciais centros identitários. Para além do mais, seria de todo incorrecto que, por

detrás do reconhecimento da dificuldade em definir o que é a autenticidade dos objectos e dos museus, se escondesse veladamente a intenção de desprezar o lugar do lazer, da cultura de consumo e da estetização do quotidiano que permeiam hoje as nossas cidades. Podemos até dizer que, com as suas reconhecidas dificuldades taxinómicas, de selecção e atribuição de sentido aos objectos representados, o museu vê revalorizada a sua função por estar em mais estreita consonância com o universo sociocultural e político contemporâneo onde pontuam o parcelar, a transitoriedade e a ambivalência.

A ser assim, parece não se adequar a compreensão da "crise dos museus" a análise feita com base no critério da autenticidade dos objectos que nele se expõem. A "realidade" e a "autenticidade" do museu frutificam apenas se entendidas no quadro de uma realidade superlativa, imediatista e presentista, em tudo semelhante ao que Umberto Eco caracterizou como "hiper-realidade". Nesta, não há saída nem regresso e o seu contexto é o da total descontextualização e leveza dos significados. A identidade dos museus, como a identidade dos sujeitos, faz-se aqui e agora, no presente e na experiência. O museu é um mundo fantástico de sensações, como o é o património, a cidade e a cultura. Nele entra-se hoje para *tocar* as coisas, *ver* os objectos, *ouvir* os sons, *cheirar* as atmosferas, enfim, *construir e dar sentido à realidade*, através da própria experiência sensorial e cognitiva.

Conclusão

Serão estes sinais de crise ou de renovação dos nossos museus? E, por arrastamento, estarão os nossos monumentos intencionalise ruínas milenares em situação paralela? E que dizer da cultura? E da paisagem estética, arquitectónica e patrimonial da cidade? E das identidades dos sujeitos? A resposta deve ser aferida pelo entendimento que tivermos do tempo e do espaço na nossa sociedade. O que se pode dizer é que estão ambos submersos num mundo de imagens e representações múltiplas que interferem com as nossas percepções da realidade. Muitas destas percepções são construções fantásticas e, dado que a fantasia foi sempre um objecto obscuro ou desdenhado pela racionalidade do pensamento social, a crise, se existe, é deste último. Oposta as categorias de "real" ou de "racional", a percepção imaginativa ou fantasiosa do passado não alcançou nunca o estatuto ontologicamente mais autêntico que atribuímos ao "presente", no qual somos convidados a viver, ou de "futuro", no qual somos aconselhados a ter fé. Marginalizados, o passado e a memória tornaram-se um risco. Por isso é arriscado pensar o passado. Recordar transporta-nos para outro tempo e, deste modo, para outro lugar. É aqui que reside o perigo da memória. Se o tempo é um lugar, o passado é uma terra distante e o nosso receio, uma fuga ao confronto com o outro. Esta, por sua vez, uma fuga ao encontro connosco próprios. Assim as nossas

ruínas, os nossos monumentos e os nossos museus, enfim o nosso património histórico e cultural, são retirados a história e transformados em paisagem estetizada. Tudo o que é estético é hoje mercadorizável e consumível. Desta transfiguração retiram os indivíduos suprema satisfação, deixando-se estimular nos seus sentidos e entontecer. O passado e os lugares das nossas cidades tornaram-se mercadorias e a exaltação do seu consumo dificilmente nos permite distingui-las de uma feira. Nas nossas cidades sem limites, em que para sobreviver é preciso deixarmo-nos perder, não há saída nem regresso. Não podemos sequer antecipar o futuro como pretendiam os camponeses alemães que buscavam a sua libertação nos "ares da cidade". Podemos quanto muito ter que nos resignar a viver neste presente, revestindo-o sempre e de modo persistente do "máximo encanto".

Parte II
PERCURSOS

[Página deixada propositadamente em branco]

Capítulo 3

TURISMO, AUTENTICIDADE E CULTURA URBANA

Trajeto teórico, com paragens em Évora e Coimbra

De acordo com a sua representação imaginária, as massas deambulam algures entre a passividade e a espontaneidade selvagem.

[Jean Baudrillard, *In the Shadow of the Silent Majorities*]

Daniel Boorstin, destacado intelectual americano, crítico impiedoso da comunicação de massas, abre o seu clássico ensaio *The Image*, com a descrição de um breve encontro entre amigas. A situação descrita é a seguinte: ao aproximar-se da mãe que se faz acompanhar do seu filho, a amiga exclama, "Mas que linda criança!", ao que a mãe replica, "Oh! Isto não é nada... Havia de ver a fotografia!" (Boorstin, 1961: 7).

Este breve diálogo, ele próprio imaginado, revela-se carregado de enorme significado e actualidade. A representação está a tornar-se mais real que a realidade, facto que o filósofo-historiador americano comenta com azedume, atribuindo a televisão e a imprensa a responsabilidade pela desrealização do mundo. Para Boorstin, as imagens visuais e escritas, subordinadas a uma incontrolável maquinação, não param de criar "pseudo acontecimentos" que despojam os indivíduos e os grupos da sua acção criativa e pulverizam as relações sociais, à medida que a sociedade se projecta no espectáculo.

Significativamente, Boorstin coloca o turismo e o turista entre os exemplos da descaracterização da realidade social. Sinais da "arte perdida de viajar", o turismo e o turista ilustram o modo como a experiência real se diluiu, tomando-se objecto falsificado da imaginação. Boorstin não está sozinho na sua crítica ao fenómeno turístico e aos seus agentes — os turistas. Com efeito, desde o seu surgimento enquanto actividade social organizada, o turismo e o turista não deixaram nunca de ser objecto das mais variadas formas de crítica e desdém social. O turista que mata o viajante é um tema recorrente entre críticos e ensaístas de finais do século passado, como o é igualmente, em alguns ensaios literários, histórico-antropológico e sociológicos deste século (Buzard, 1993). Na sua grande parte, esta crítica deixa-se

conduzir por uma de três linhas principais de argumentação: ou por um sentido nostálgico de um tempo perdido e irreversível (Fussell,1980) ou por uma avaliação da superficialidade do acto turístico (Urbain, 1991), ou pelos malefícios da sociedade de consumo e da massificação (Boorstin,1961).

Estas interpretações, denegridoras do turista e do turismo como são, produzem um efeito de generalização, redutor da complexidade do fenómeno turístico. O seu principal preconceito parece-me estar no facto de as suas incursões serem feitas com base na construção mental, nunca assumida, de um tipo particular de turista e de turismo: aqueles a que se convencionou chamar o turista e o turismo de massas. A Sociologia tem, em anos recentes, procurado oferecer interpretações que não apenas desdramatizam o modo como aquelas leituras abordam o turismo, mas que ao fazê-lo, denunciam também as suas fragilidades teóricas e estereótipos. Recorrendo a um conjunto de contributos recentes da Sociologia, em geral, e das sociologias do turismo, lazer e da cultura, em particular, procurarei comentar algumas das orientações que me parecem heurísticamente mais valiosas para a análise sociológica do turismo contemporâneo. Ao mesmo tempo, procurarei delinear cinco principais factores de saliência e modos de abordagem do fenómeno turístico que o poderão eventualmente ajustar às actuais transformações da sociedade.

Devo ainda assinalar que a análise a que procederei se centra privilegiadamente num tipo particular de turismo e de turista. O tipo de turismo que está aqui subjacente é o que se desenrola em contextos urbanos, particularmente os que registam uma forte incidência de factores arquitectónicos, histórico-arqueológicos e monumentais, como os referidos anteriormente (ver capítulo 2). Este tipo "urbano e cultural" de turismo, sem escapar às tendências de organização e mercantis do chamado turismo de massas, porém, regista uma preponderância de turistas isolados, ou que viajam em pequenos grupos (2-3 pessoas), que utilizam meios próprios de transporte e têm autonomia sobre os itinerários e os calendários da sua visita. Do ponto de vista da sua sociografia, o tipo de turista subjacente as reflexões que aqui se produzem pertence, predominantemente, a estratos sociais médios e médios altos, tem um nível de capital escolar e cultural relativamente elevado, é membro do grupo de profissões intelectuais, técnicas, científicas e artísticas, tem, na sua maioria, idades compreendidas entre os 20 e os 39 anos e tende, quanto a sua divisão por sexos, a repartir-se de modo igual. Naturalmente que o texto que se segue introduz, aqui e ali, algumas generalizações inevitáveis que, porém, não podem nunca ser aplicadas a outras dimensões do turismo ou tipos de turistas que os acabados de assinalar.

Economia política e desorganização do turismo

A primeira dimensão do estudo sociológico do fenómeno do turismo que tem sido já objecto de algumas investigações, mas que continua a merecer novos

desenvolvimentos, diz respeito à economia política da viagem e da mobilidade. Scott Lash e John Urry fazem assentar no desenvolvimento tecnológico dos transportes e das comunicações a matriz do desenvolvimento do turismo. Na transição do capitalismo liberal de meados do século passado para o capitalismo organizado ou fordista, a tecnologia dos transportes criou condições para que se passasse de uma configuração social em que predominava a viagem individualizada de membros dos grupos sociais mais abastados, para uma outra em que, sem eliminar a primeira, se institucionaliza o turismo colectivo ou de massas (Lash e Urry, 1994: cap. 10).

Ainda que paulatinamente, os modos de organização política e social do trabalho foram responsáveis pelo crescimento e democratização do acesso ao turismo, a medida que permitiram o aumento dos tempos livres dos trabalhadores e fomentaram a ideologia das férias. Das temerárias iniciativas de Thomas e John Cook na Grã-Bretanha de meados do século passado (Brendon, 1991) até às projecções mais recentes sobre o movimento turístico mundial da próxima década vai um pequeno passo de uma sociedade que não parou de privilegiar a viagem turística e a mobilidade, tendo-as mesmo erigido à condição de direito de cidadania (Urry, 1995: 165).

Do ponto de vista político, o turismo, enquanto prática específica de lazer, acrescenta a cidadania uma concepção nova. Não se trata agora apenas de reconhecer a legitimidade política dos tempos, das práticas e dos espaços de lazer (Wilson, 1988), mas de prolongar tal reconhecimento a uma condição territorial especial. O direito ao turismo é uma forma especial de organização social do lazer que se concretiza na mobilidade dos sujeitos dentro e para além das fronteiras geopolíticas dos Estados-nação. Deste modo o turismo (e a viagem) investe o direito de cidadania da condição de aceder a uma diversidade de bens, serviços e produtos culturais de outras sociedades.

Vale a pena destacar, por um instante, estas duas dimensões. Começo por referir, em primeiro lugar, esta questão da mobilidade dos sujeitos que se converte, com o turismo, em predicado da cidadania. Refiro-me ao facto de o acto turístico se concretizar em contextos socioespaciais outros que não os habituais contextos de residência e trabalho do turista. Podendo, naturalmente, ocorrer adentro do espaço nacional, o turismo implica, na generalidade das situações, uma passagem pelas fronteiras geopolíticas formais dos Estados.

Está aqui contida uma concepção cosmopolita de cidadania, cujo sentido, porém, não é o da emancipação política dos sujeitos. O cidadão-turista é um cosmopolita apenas no sentido em que se mostra disponível para interagir com outros e reflectir sobre essa interacção, pondo em evidência as diferenças entre os ambientes sociais, culturais, históricos e naturais visitados e aqueles que emolduram o seu quotidiano rotineiro. Trata-se de um *cosmopolitismo estético*, para usar a linguagem de Lash e Urry (1994: 256), em que sobressai a capacidade individual dos sujeitos para procederem a esta

avaliação comparativa, pelo recurso a dispositivos culturais e sensoriais. Por esta razão, Lash e Urry sustentam que este atributo cosmopolita da cidadania não pode pensar-se senão no quadro daquilo que Giddens chama a "modernidade reflexiva", isto é, numa situação em que à modernização da sociedade corresponde uma capacidade dos sujeitos para reflectirem, de modo intenso, sobre as suas próprias condições de existência (Giddens, 1994).

A segunda dimensão da cidadania que o turismo concretiza diz respeito ao acesso a uma variedade de bens, serviços e produtos culturais que só o turismo faculta. Trata-se de reconhecer que a concepção de cidadania por que o turismo é responsável é uma concepção eminentemente mercantile consumista.

O bem-estar do cidadão-turista revela-se na sua capacidade de viajar, apropriar-se e consumir uma variedade de produtos postos à sua disposição. A lógica da satisfação deste impulso consumista teve desde sempre um efeito colateral sobre a constituição, alargamento ou melhoria de infra-estruturas e equipamentos: meios de comunicação e transportes e respectivas estruturas de apoio (do caminho de ferro e apeadeiro, ao avião e aeroporto), estruturas de acolhimento/alojamento (da estalagem à multinacional hoteleira), tecnologias organizacionais (marketing e expedientes de venda a crédito), etc. Ao mesmo tempo, esta lógica de satisfação do consumidor tem efeitos não desprezíveis sobre os locais de destino turístico, desde a submissão a lógica mercantil de numerosos aspectos materiais e não materiais da sociedade, da economia e da cultura locais, até à alteração da fisionomia ambiental e morfológica dos lugares.

É na convergência das suas facetas de mobilidade e de consumo, as quais lhe conferem, respectivamente, um sentido cosmopolita e de mercantilização, que o turismo se constitui em actividade específica do período do capitalismo organizado. O seu exclusivismo encontra-se, por um lado, no facto de ser uma actividade acessível apenas a sectores sociais bem delimitados, o que a torna socialmente selectiva e segregadora. Por isso mesmo, ao mesmo tempo que é um gerador de diferenciação social, o turismo é também objecto do desejo e de investimentos simbólicos vários por parte de um número crescente de indivíduos que vêem nele um recurso de auto-valorização. Por outro lado, a especificidade do turismo resulta de a mobilidade geográfica lhe ser inerente e, assim, de estar relacionado de muito perto com o desenvolvimento dos transportes e das comunicações.

A economia política da viagem e do turismo sofre alterações profundas à medida que o capitalismo entra na sua fase pós-fordista, flexível ou desorganizada. Brevemente, pode dizer-se que a alteração mais sensível se resume à transformação do turismo organizado, do período de entre finais do século passado até meados deste século, em turismo desorganizado, característico das duas últimas décadas.

Aceita-se geralmente que o chamado capitalismo desorganizado assenta em grande parte na produção de bens não materiais (símbolos), privilegia

o consumo e confere centralidade a novas preocupações (ambiente, cultura, por exemplo). Tendo em conta que a mobilidade e a viagem se massificaram, tendo-se mesmo tornado, como acabamos de sustentar, um atributo da cidadania, John Urry argumenta no sentido de estarmos a testemunhar hoje o "fim do turismo" (Urry 1995: 148). Dito de outro modo, o turismo tende a desestruturar-se e a perder a especificidade que o tomara uma actividade particular da modernidade. Como diz Urry, nos nossos dias "as pessoas tomam-se turistas na maior parte do seu tempo, quer por se movimentarem, no sentido literal, quer por se entregarem a uma mobilidade simulada, decorrente da incrível fluidez dos múltiplos sinais e imagens electrónicas" (Urry, 1995: 148).³ Estamos chegados a uma situação em que o acesso aos bens, serviços e produtos culturais de outras sociedades, qualidade exclusiva do turismo, pode não depender hoje, como sucedia há algumas décadas, da mobilidade física dos sujeitos. Reside aqui a desorganização do turismo e o seu fim, que não é mais do que o fim da sua anterior especificidade.

Em vez de diferenciar os sujeitos entre si, como fizera no capitalismo organizado, o turismo agora desdiferencia. Nesta *desdiferenciação social*, como procuraremos desenvolver mais adiante, reside uma nova revalorização do turismo. Ainda que só temporariamente, ele alimenta um imaginário de democratização das condições sociais de vida, assente no valor simbólico do consumo acessível e massificado de imagens, valores e bens não materiais de outras culturas e sociedades. Pode parecer paradoxal, mas nestas condições, ao mesmo tempo que não se elimina e até se revigora a figura do turista reflexivo (aquele que busca no turismo uma clarificação da sua própria condição), perfila-se, a seu lado, um outro personagem sociológico — o "pós-turista", na linguagem de Maxine Feifer (1985) —, ele próprio um produto da lógica mercantil e consumista que sempre caracterizou o turismo mas que agora se alastrou a esferas (não)materiais, como as imagens e os símbolos, os costumes e os próprios sentimentos.

1.ª Paragem / "Hospitalidade"

Com o desenvolvimento do turismo, acentua-se a mercadorização de alguns bens não materiais que lhe estão associados. Tal situação permite admitir que, ao lado da economia política do turismo, e em relação íntima com ela, nos deparamos também com uma "economia política dos sentimentos", reueladora da manipulação a que estes podem estar sujeitos. Vejamos, por exemplo, o caso da exploração do sentimento de hospitalidade tal como surge na recente campanha turística nacional cujo mote é "PORTUGAL... DE BRAÇOS ABERTOS" e em cuja versão televisiva simpáticos e mediaticamente credenciados figurantes abriam os seus braços num gesto magnânimo de convite a potenciais visitantes.⁴ Esta mensagem publicitária não é um sinal de hospitalidade nacional, faz antes parte da fabricação comercial do espírito hospitaleiro.



Figura 3.1 "Portugal...de braços abertos"
 Fonte: desenho de José Guimarães
 para o ICEP.

A hospitalidade assenta numa relação social de tipo comunitário, supostamente baseada no princípio da reciprocidade. Tal como sucede nas comunidades primárias, também a comunidade que se forja na relação de aproximação entre residentes e turistas (anfitriões e visitantes) é, por maioria de razão, uma comunidade permeada de desigualdades sociais mais ou menos vincadas. Tais desigualdades, ainda que não destruam a retórica da reciprocidade, alteram ou falseiam o seu conteúdo. Ao "abrir os braços" a quem chega, uma comunidade de simpáticos cidadãos decide converter os estranhos turistas em familiares e fiéis amigos. Porém, não abdica de ser ela a definir os termos em que tal conversão se há-de processar.

"PORTUGAL...DE BRAÇOS ABERTOS, enquanto fórmula retórica desta hospitalidade turística, tem subjacente uma intrínseca relação social de separação e distância, não de proximidade e coesão: o anfitrião, pelo menos em termos simbólicos, é sempre superior no convidado. Objecto de uma relação social imposta a partir de cima, o turista não tem que conhecer de antemão as regras da hospitalidade que lhe está a ser oferecida. Ao contrário, envolvido numa relação cujos termos não conhece com precisão, o turista tenderá a apresentar-se com baixas expectativas quanto à hospitalidade que lhe é oferecida localmente. Paradoxalmente, no entanto, encontra-se aqui o primeiro elemento gratificante para quem convida: sem esforço de maior, basta que as coisas corram normalmente, o anfitrião pode ser enaltecido pelos convidados.⁵ Numa relação unívoca, definida por outros, a partir de cima, o estatuto do turista é um estatuto de fragilidade, incompetência funcional, ou mesmo de inferioridade social. Em resultado, pode mostrar-se relapso e refugiar-se na não reciprocidade.

A estratégia retórica e gestual da mensagem publicitária pretende contornar esta dificuldade. É preciso "abrir os braços" de modo continuado. Os turistas têm algo mais para oferecer do que o desinteressado enaltecimento da inesperada hospitalidade. Enquanto turistas, eles são uma fonte de receita financeira potencial. Por isso devem ser tratados simpaticamente. "Abrir os braços" compensa. Fabrica-se e manipula-se a hospitalidade, inferiorizar-se o turista e pôe-se em marcha,

*deste modo, um princípio particular de reciprocidade: quem convida oferece simpatia e, em troca, quem aceita **deixa** recursos financeiros atrás de si.*

Turismo e cultura visual

A segunda dimensão analítica da Sociologia do turismo refere-se ao modo como este se tem desenvolvido em resultado da implantação na nossa sociedade daquilo que podemos chamar o domínio da cultura visual. Este argumento encontra-se, entre outros, em Martin Jay (1992), para quem o olhar se tomou o sentido por excelência da era moderna, e o paradigma visual passou a exercer a sua hegemonia sobre a cultura e a cognição. A origem deste regime escópico encontra-se no experimentalismo renascentista e na própria filosofia iluminista. O positivismo científico sujeitou o pensamento moderno ocidental à reforma dos critérios de interpretação do mundo e da realidade, de acordo com os quais o real equivale ao material. Mas, sob a soberania da cultura visual, todas as formas de conhecimento, tanto científico como quotidiano, dependem da "imagem". Assim, o conhecimento converteu-se à ordem mensurável e observável dos factos, o que se traduz no princípio, particularmente adequado ao acto turístico, de que só conhecemos aquilo que vemos (Slater, 1995).

Ora o termo "imagem", abundantemente utilizado por todas as Ciências Sociais e humanas, está carregado de ambiguidades e de sentidos discrepantes. Surge associado tanto a estratégias publicitárias e práticas de consumo, como às atitudes e estilos de vida dos indivíduos, ou ainda as suas memórias e expectativas (Hannerz, 1980; Lynch, 1988). Creio assim que é devido um breve esclarecimento do sentido em que o estamos a utilizar.

Na literatura especializada do turismo, o conceito de "imagem" está fortemente estereotipado e sujeito a duas conotações principais. A primeira confere-lhe um sentido de colecção de impressões recolhidas através das memórias, dos cenários, dos símbolos e do comportamento observado das pessoas. Este sentido da "imagem" tem um forte potencial associativo que a semiótica se tem encarregado de explorar (Pearce, 1988). A segunda conotação, que se encontra, por exemplo, em Daniel Boorstin, apresenta a "imagem" como oposta a realidade. Este sentido, em que "imagem" distorce e exagera a realidade, surge associado, na literatura do turismo, a problemática da autenticidade.⁶

O domínio da imagem e do visual corresponde a uma forma particular de *desencantar* o mundo. Ao reduzi-lo à materialidade do visível, a modernidade implica a contínua espectacularização da sociedade. Instrumentalizados a medida que o consumo se apoia na cultura visual, o espectáculo e a imagem tomaram-se, como mostra John Urry (1990), o ingrediente por excelência do acto turístico.

O turista é um observador singular e o seu olhar um instrumento eficaz adequado a livre apropriação e atribuição de sentido a realidade social, a cultura, aos objectos e aos espaços que observa. Pode sempre dizer-se, contudo, que a sociedade, tornada espectáculo, implica um novo *reencantamento*, uma sucessão contínua e desconexa de imagens e sinais. O olhar reencantado do turista, sendo aquilo que o faz agir, pode, de algum modo, pô-lo no controlo da situação. Apesar da "informação" turística que pretende exercer controlo sobre aquilo que deve ser visto e como deve ser visto, a atitude do turista aproxima-se da atitude *blasé* que, como assinala Simmel (1997), investe os sujeitos de uma espécie de autonomia negativa que lhes permite seleccionar, rejeitar, distanciar-se ou mostrar-se indiferentes perante as imagens que os rodeiam.

Há uma outra interpretação quanto a este olhar reencantado do turista. A sucessão e a sobreposição das imagens do espaço público em que se move podem não deixar o turista ver, ou permitem-lhe alcançar apenas uma imagem desfocada da realidade. Nada, ou muito pouco, faz crer que, dada a sua própria condição de desenraizamento e de deslocação do que lhe é familiar, o turista possa exercitar a competência política (conhecimento do local) e a capacidade de resistência (desconstrução das narrativas oferecidas) que evitem o inebriamento e a disciplina que a profusão desconexa de imagens tende a provocar (Sennett, 1990). Nada, ou muito pouco, nos pode garantir, por outro lado, que não seja isso mesmo que o turista deseja e que a sua disciplina e passividade sejam as formas sub-reptícias e irónicas com que se dedica a criticar a atmosfera turística que lhe é oferecida.

2.ª Paragem / "Centro da cidade"

Para Walter Benjamin (1992b), a arte aurática requer uma apreciação feita em estado de concentração e recolhimento psicológico e emocional. Os objectos representados ou expostos em galerias de arte e museus seriam exemplos desta recepção recatada, dominada pela percepção visual. Ao contrário, outras formações artísticas poderiam ser objecto de uma apreciação feita em estado de distração dos sujeitos. Os arranjos arquitectónicos e os edifícios das cidades seriam exemplos desta percepção feita em estado de diversão, em que o elemento visual se combina com o elemento táctil. Enquanto o estado de concentração requer uma distância calculada, física e emocional, entre o sujeito e o objecto ("a arte está algures noutra lugar"), o estado de distração dispensa-a.

Assinalam-se na figura 3.2, as disposições declaradas dos turistas quanto aos aspectos a que dispensam maior atenção quando visitam uma cidade.⁸

Com notórias diferenças entre si, os elementos físicos da arquitectura urbana (monumentos, edifícios, praças e jardins) são os objectos da maior atenção declarada dos turistas. Fazem supor, por isso, que sobre eles recai uma disposição particular do turista para os localizar na cidade, prestar-lhes atenção e atribuir-lhes um

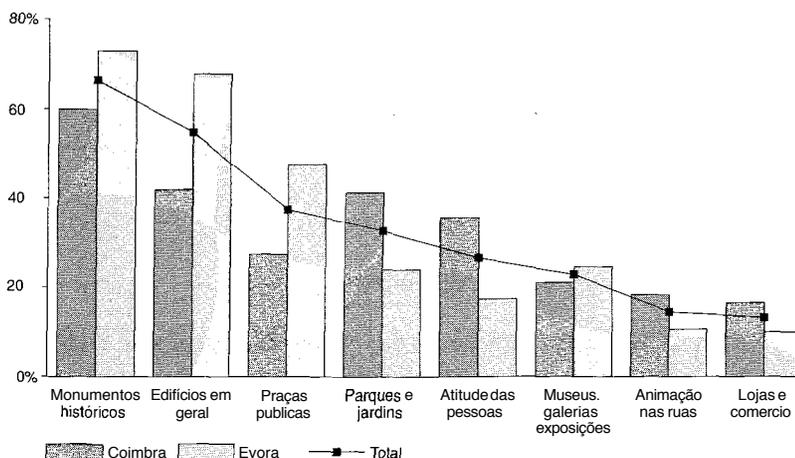


Figura 32 Preferências dos turistas nas cidades visitadas (Coimbra e Évora), 1994
Fonte: Fortuna (1995).

significado próprio. Tais ações requerem um estado de concentração do sujeito, detectável desde logo no acto da própria selecção dos lugares a visitar, passando depois pelo percurso a fazer no seu encalce e, por fim, no acto da sua apreciação. Em contraposição, é marginal a atenção conferida ao conjunto variado de outros elementos da cultura urbana (museus/galerias, comportamento público das pessoas, vida e animação da rua e, por fim, lojas e comércio). Na avaliação desta paisagem urbana prevalece a superficialidade apreciativa e o estado de distração. Estes elementos vivos ou representacionais da vida urbana não parecem captar a atenção deliberada dos turistas, ou só o fazem de modo marginal e passageiro.⁹

Estamos, assim numa situação em que o estado de distração perante os elementos da arquitectura urbana, sustentado por Benjamin, se mostra mais apto a caracterizar o modo de apreciação dos residentes habituais da cidade do que o do turista. Este último "dá atenção a tudo aquilo que distingue a cidade que visita da sua própria, às particularidades que lhe conferem um aspecto diferente, permitindo-se fazer comparações que nunca ocorreriam às pessoas para quem esta cidade é o espaço do seu quotidiano" (Olsen, 1986: 6).

O turista revela uma qualidade inesperada de observador especializado. Deixa-se atrair e concentra-se naquilo que aos outros distrai, invertendo a lógica da apreciação artística da cidade. Em parte, e de modo paradoxal, a expressão pública da sensibilidade apreciativa deste turista deriva do facto de, por certo entre outros objectivos, dedicar grande parte da sua visita e do seu tempo à busca da satisfação e do prazer. A o invés da ocupação rotineira do tempo que caracteriza a relação do residente com a vida e a cultura urbana local, o estado de distensão e distração

revela-se afinal uma condição para uma percepção concentrada e atenta da obra de arte da cidade. Quantos residentes das nossas cidades não reconhecerão que a atenção dada a este ou aquele elemento urbano, que a transformação da sua atitude, que o modo como hoje olha a cidade, não foram todos, ao menos parcialmente, suscitados pelo comportamento dos turistas, observadores e comparatistas, ainda que distraídos na sua concentração?

O consumo e a estetização dos lugares

Apassividade e a disciplina que se apontam geralmente ao turista, têm a sua correspondência na passividade e na disciplina com que também se tende a caracterizar o sujeito-consumidor. Ora, na intersecção das dimensões analíticas anteriores, a terceira perspectiva que tem vindo a configurar-se na leitura sociológica do turismo diz respeito a constituição deste em objecto de consumo e, concomitantemente, aos modos de apropriação dos bens turísticos, a natureza da experiência e ao grau de satisfação que proporciona.

De modo muito breve, pode dizer-se que, relativamente ao primeiro destes aspectos, a compreensão do lugar do turismo na sociedade contemporânea parece-me subsidiária de muitos dos termos com que se tem dilucidado o lugar da produção artística e cultural na sociedade dada a lógica da produção mercantil. Um escrutínio teórico semelhante já se faz sentir a propósito de outras esferas de acção, como os tempos livres e o lazer (Featherstone, 1992). Sob a cultura do consumo, a "indústria" do turismo vende e promove *experiências*, de modo semelhante ao que ocorre com as estratégias de promoção e consumo de bens materiais. O que está em causa, num e noutro destes casos, é forjar níveis de satisfação antecipada nos consumidores potenciais e procurar concretizá-la, tomando-a objecto de consumo.

Os estilos de vida são a principal *experiência-objecto* que a "indústria" do turismo promove e comercializa. Numa cultura escópica, eles caucionam sobretudo a representação e a condição estatutária dos indivíduos e não a estrutura das suas identidades que, ao contrário, tende a ser problematizada e redefinida. O turismo, como outras práticas de consumo, propõe aos sujeitos uma reinterpretação da sua condição estatutária, através do modo como as relações espacio-temporais são percebidas e instrumentalizadas no desenrolar do próprio acto turístico ou de consumo (Shields, 1992).

Usando o esquema analítico de Grant McCracken (1990: 71-89), de acordo com o qual o consumidor individual acede ao mundo dos significados culturais através da ritualização do consumo, pode dizer-se que o estilo de vida do turista se encontra dependente dos modos de apropriação individual do significado da experiência turística. Tal apropriação opera-se através de uma transferência sequencial de signos e valores: primeiro, a transferência desses signos e valores do universo cultural contemporâneo para os objectos,

espaços e lugares turísticos; depois, a sua incorporação na subjectividade e formas de auto-representação do turista-consumidor. O primeiro destes momentos, onde se procede à criação iconográfica das atracções turísticas, é dominado pelo sistema da moda político-cultural, pela acção dos meios de comunicação social, da publicidade e outros intermediários culturais e corresponde ao processo de sacralização dos lugares turísticos de que fala MacCannell.¹⁰ O segundo momento da transferência/apropriação de valores sustenta-se nas diversas práticas e rituais a que os turistas se entregam em redor dos lugares-mito que visitam (Shields, 1991: 61).

Como se vê, a conquista dos estilos de vida proporcionada pelo consumo do bem turístico tem uma forte componente de territorialização da experiência. O seu princípio fundador reside na aproximação física do sujeito (consumidor) ao objecto (consumido). Surge aqui invertida a relação de distanciamento, não apenas físico, mas também emocional e psicológico, que Walter Benjamin (1992b) reconhece estar presente na apreciação do objecto artístico, designadamente do objecto aurático. Posta a questão deste modo, e conhecendo-se a voracidade com que a "indústria" do turismo objectifica e mercadoriza as cidades e os monumentos, a natureza e as paisagens, os costumes e os sentimentos, pois que tudo é negociável e mercadorizável, a Sociologia do turismo cultural dificilmente escapará a interrogar-se sobre a relação existente entre turismo e elemento aurático dos objectos e lugares singulares. Será que o turismo destrói a sua aura? Por excesso, ou seja, por desmedida atribuição de qualidades únicas a tudo o que é pictural (tudo é aurático), ou por defeito, através da banalização do elemento vernacular a um ponto que impede que alguma coisa se possa distinguir e não se deixe copiar na cultura do consumo (nada pode ser aurático)? Ou será que é a própria existência da aura, enquanto marcador de distâncias sociais e culturais, que é posta em causa pela construção de um espaço imaginário de democracia e igualdade que, na sociedade contemporânea, o consumo, em geral, e o turismo, em particular parecem proporcionar?

Como tem sido assinalado repetidas vezes, o pensamento de Walter Benjamin sobre a relação da cidade com a arte está cheio de ambiguidades (Buck-Morss, 1989; Savage, 1995). Por um lado, ainda que os seus edifícios e monumentos possam ser reproduzidos, a cidade, no seu todo, não pode ser objecto de cópia. Assim, como arranjo espacial, a cidade conserva a sua singularidade, não apenas quando comparada a outras formas (reproduzíveis) de produção artística, mas igualmente quando comparada a outras cidades. E nesta resistência à reprodução e na conservação da sua singularidade, que a cidade revela a sua aura e esplendor. Por outro lado, contudo, Benjamin admite não ser possível encontrar um critério externo de aferição da singularidade histórica da cidade, semelhante ao que ocorre na determinação da sua exemplaridade espacial. Assim sendo, do ponto de vista da sua história e tradição, a cidade é uma contínua construção e reconstrução

cultural. As cidades não têm história, elas são a sua própria história. Não é possível dissecar momentos históricos ou influências particulares da sua construção, ao contrário do que é possível fazer com outras formas de produção artística e cultural. Não podendo distanciar-se do seu próprio tempo, para nele encontrar um referente da sua singularidade, as cidades não se podem demarcar umas das outras e perdem aí o seu carácter aurático.

É minha convicção que, nos finais do século, estamos a assistir a inversão destes critérios de exclusivismo das cidades. Na verdade, parece ser na configuração espacial das cidades que se perde a sua exclusividade. Este é um efeito perverso da globalização que toma as cidades "tecnicamente reproduzíveis" à medida que nelas se implantam as mesmas redes de pronto-a-vestir e pronto-a-comer, os mesmos sistemas de transportes e comunicações, os mesmos hotéis e lojas comerciais. Numa sociedade em que se intensifica e torna fácil viajar, a experiência de visitar cidades tende a ver diminuído o seu encantamento. Ao contrário, é na minúcia do exemplar histórico e monumental da cidade, nas suas ruínas e edifícios decadentes, na exemplaridade histórico-temporal da sua arquitectura, que se vislumbram hoje os traços da sua singularidade.

O fascínio das cidades surge aliado, como nunca, à sua temporalidade e, por isso, a cidade histórica e monumental é uma das principais atracções turísticas dos nossos dias. Esta "deslocação" do fascínio da cidade dos seus elementos arquitectónicos e físico-espaciais para a sua história e temporalidade é subsidiária da estetização quotidiana do factor tempo (Featherstone, 1992). Isto permite que, por analogia com a relação existente entre o tempo e o objecto artístico (Heinich, 1983), o passado cultural das cidades, sem se constituir em propriedade da sua arquitectura, se converta numa função crucial do modo como é esteticamente percebida. Aqui radica, por exemplo, a revalorização do significado e da função estética das ruínas, não apenas como elemento da identidade das cidades, mas igualmente como sinal da relação que os indivíduos estabelecem com ela.

A valorização da ruína como *medium* é uma característica paradoxal da sociedade que privilegia o "tempo instantâneo" e a busca da gratificação imediata, que, porém, se revelam decepcionantes, instáveis e geradores de riscos e ansiedades (Urry, 1995: cap. 14). Neste domínio, pressente-se a influência de Simmel (1959) que atribui aos elementos antigos da arquitectura monumental das cidades, como sejam as ruínas milenares, a capacidade de mediação da relação entre a experiência individual e a representação colectiva da sociedade. A ruína, em Simmel, associada à revalorização social do passado gera segurança e estabilidade. Ela assinala o fim do conflito entre a Natureza e a Cultura, repondo um ordenamento cósmico dominado pela primeira. Na presença da ruína, tornamo-nos cúmplices da natureza contra a cultura material e tecnológica dos homens que ali jaz simbolicamente

derrotada. Como já sustentámos antes (capítulo 2), a condição que Simmel estipula para que a ruína milenária possa apaziguar as consciências e libertar-nos é que seja revestida do "máximo encanto" estético e possa, assim, conquistar o agrado colectivo.

3.^a Paragem / "Ruínas"

Como adereço estético da cidade, nada sustém os promotores turísticos da manipulação da ruína milenária como forma de atrair visitantes. O tempo (finito) e o espaço (fantástico) desta visita sugerida a Évora, combinam-se de maneira ideal e a sugestibilidade da mensagem advém do facto de, sem o explicitar, enunciar um dos mais vivos apelos do turismo contemporâneo: num só acto, a campanha vende serviços turísticos, a cidade e experiências/estilos de vida.

O Templo Romano de Évora (ou Templo de Diana, como por vezes surge designado), situado no centro histórico-monumental da cidade, com as suas colunas erguidas, é uma boa ilustração desta natureza estetizada e libertadora, posta ao alcance do turista, quer como elemento pictórico, quer como realidade tangível. Por um lado, enquanto natureza, oposta à cultura material dos homens, ele aproxima os sujeitos entre si. Na sua presença todos se tornam naturalmente herdeiros, por igual, do passado que o monumento representa. Por outro lado, enquanto elemento estético, a interpretação do significado do Templo em ruínas é uma tarefa exigente do ponto de vista das competências e dos capitais culturais. Isto mesmo lhe confere um estatuto especial de requinte e distinção social. Na sua presença, e na busca de lhe dar significado, todos se auto-promovem e tornam superiores.

A superioridade social merece destaque e reconhecimento públicos, por isso este é um "sítio colunável" (capítulo 2), isto é elevado e, ao mesmo tempo, promotor de uma representação social de ascensão.¹¹ Quem dele se aproxima, e absorve o seu significado, faz seus os atributos sublimes da natureza estetizada

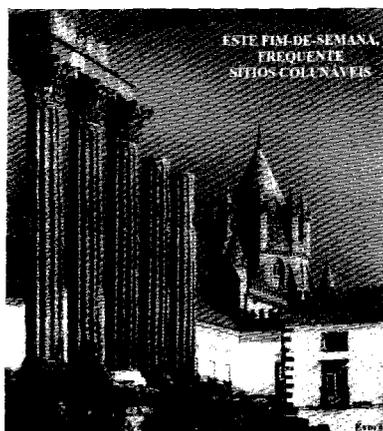


Figura 3.3 Templo Romano de Évora
Fonte: ICEP.

da ruína. Esta crença elitista de que é possível alcançar a igualdade na superioridade é justamente o que se transmite na combinação dos elementos pictóricos e retóricos da mensagem.

O turismo potencia a promoção social imaginada dos sujeitos e a livre negociação dos seus estilos de vida. Esta representação é feita de modo breve e transitório. Porém, deve ser feita de modo intenso. O curto espaço de tempo enunciado de um "fim-de-semana" pode parecer uma eternidade. O que se pretende é tão-somente que o "milagre" turístico se concretize: que à vista deste exemplar da história e da arquitectura da cidade, o turista possa exclaimar "Aqui está!" e que nesse instante de gratificação o Templo Romano se converta no "santuário" fantástico e em que a sua identidade se há-de transfigurar. De seguida, o turista pode entregar-se aos rituais canónicos: primeiro, a fotografia da ruína, seguida da sua fotografia junto à ruína e, pouco depois, o abandono do terreiro e em busca de outras descobertas...

O turista há-de cumprir o seu destino, abandonar Évora e regressar à sua condição rotineira de cidadão. O que continua em aberto é saber qual o impacto que a visita do (então) turista terá tido na auto-representação do (agora) cidadão.

Turismo, autenticidade e conforto

Estes arranjos e lugares históricos das cidades são verdadeiras *heterotopias* no sentido a que se Ihes refere Michel Foucault, porquanto, como dissemos anteriormente, a constelação de significados que albergam os reveste de enorme ambiguidade e suscita sentimentos e modos de percepção contrastantes (Foucault, 1986). A deambulação por entre os seus significados reais ou imaginários requer um esforço de apreensão que tende a ser tanto mais eficaz quanto mais distante, física e psicoemocionalmente, se encontre o sujeito apreciador do objecto de apreciação.

A natureza da observação que o turista faz da cidade introduz a quarta linha de orientação da análise sociológica do turismo que proponho. Podemos chamar-lhe, para facilitar, a relação semiótica do turista com o ambiente em seu redor. Como foi já referido atrás, esta questão remete-nos para a segunda concepção atribuída a "imagem", pela literatura dedicada ao turismo, a qual tem invariavelmente conduzido a uma análise da natureza dos interesses dos turistas, das suas motivações e dos graus de satisfação alcançados — abreviadamente a questão dos conteúdos de autenticidade contidos na experiência turística.

Dean MacCannell, ao abrir o seu ensaio *The Tourist*, confessa que, interessado em estudar a etnografia da modernidade, cedo se deu conta que os turistas eram os "[seus] colegas", dispersos pela terra em busca de gentes, práticas e artefactos, passíveis de serem coligidos e relacionados com a nossa condição sociocultural" (MacCannell, 1989: 4). Pode imaginar-se como seria dramático para o positivismo académico e profissional reconhecer que o

objecto da investigação científica (o turista) tem exactamente as mesmas motivações e comportamentos que o sujeito investigador (o etnólogo), no desempenho do próprio acto de investigação. Pode imaginar-se como seria dramático para o etnólogo reconhecer nesse "viajante idiota" que é o turista (a expressão é de Jean-Didier Urbain, 1991), "o colega" interessado em compreender comunidades estranhas e afastadas, como forma de conhecer a sua própria.

Mais grave ainda seria, se se reconhecesse que ambos — etnólogo e turista — são a imagem reflectida um do outro: primeiro, partilham os mesmos interesses abstractos de pesquisa (o conhecimento das *realidades locais*, como expressão reveladora de uma *comunidade global* multifacetada); segundo, adoptam a mesma estratégia de aproximação ao objecto (informam-se previamente, estudam relatos anteriores, ensaiam-se a balbuciar umas palavras na língua local); terceiro, deslocam-se para o terreno, para nele se fixarem por algum tempo; quarto, munem-se dos mesmos instrumentos de recolha de informação (o bloco de notas, a máquina fotográfica, certamente a câmara de vídeo); quinto, na sua bagagem trazem uma variedade de artefactos para facilitar a sua permanência (roupas adequadas ao clima, medicamentos, protectores solares ou resguardos para o frio); sexto, prepararam-se psicologicamente para experimentar novidades (as pessoas, a língua, a comida, os lugares, os rituais) e contrariedades (as regras não explícitas e informais de organização social e de comunicação, a crítica jocosa, a exploração da sua condição frágil de estranhos); sétimo, fazem o balanço diário da experiência (postais ou telefonemas para amigos, num caso, diário de campo, no outro) e revêm as notas/itinerários para o dia seguinte; oitavo, no regresso, num misto de euforia e cansaço, reconhecem que a deslocação compensou: recolheu-se abundante e valiosa informação; vai ser preciso sistematizá-la e divulgá-la entre colegas ou amigos; fizeram-se alguns conhecimentos, em certos casos amizades novas, deixou-se para trás a promessa de um futuro regresso.

O reconhecimento destas sobreposições, como disse, *poderia* ser dramático para a atitude académica, positivista e auto-centrada. Mas na verdade não acontece assim. A sobreposição dos papéis dos turistas e dos etnólogos é desdramatizada ao ser levada ao paroxismo, a medida que se prolonga e reforça a própria similitude das situações. Ou seja, é a própria etnografia que, ao auto-avaliar-se, reconhece que quando os investigadores se *integram* na comunidade e *escrevem a sua cultura* nunca o fazem nem de modo pleno, nem liberto de estereótipos e preconceitos (Clifford e Marcus, 1986; Wolf, 1992; Santos, 1995). Ou porque não são aceites, ou porque não desejam sê-lo, ou ainda porque, apesar de desejarem e serem aceites, os investigadores, quais turistas, captam e oferecem apenas uma perspectiva. O que distancia, portanto, o etnólogo do turista é o "excesso" de consciência que o primeiro tem do seu papel e da sua experiência. Isto não o impede, todavia, de oferecer

uma narrativa minuciosa, profunda e empolgante da realidade observada. Uma narrativa cuja autenticidade é, na grande maioria dos casos, caucionada pela imaginação (teórica e política) dos cientistas e que os acautela perante a imaginação (representada) que a comunidade oferece de si mesma ao visitante.

MacCannell entende que a motivação principal dos turistas é a procura genuína da autenticidade, como experiência espontânea e culturalmente enriquecedora, numa sociedade saturada de artificialismo. Porém, sustentando-se na conhecida distinção de Erving Goffman entre regiões de fachada e de bastidores, MacCannell (1973; 1989) entende que o grau de autenticidade oferecida ao turista é extremamente limitado. A artificialização dos ambientes e os arranjos (turísticos e promocionais) dos lugares impedem o turista de definir com clareza a fronteira entre as regiões de bastidores (autênticas e vemaculares) e as regiões de fachada (encenadas e artificiais) dos ambientes sociais ou naturais que visita.

A par das influências do mercado, entendido no seu sentido lato de aprofundamento das relações de consumo, é preciso também mencionar os efeitos de dissipação das fronteiras entre o que é e não é autêntico, provocado pelo próprio mercado da autenticidade. Este comporta uma panóplia de agentes e intermediários culturais, públicos e privados, envolvidos directamente no que MacCannell, como foi assinalado, designa por sacralização dos lugares turísticos, incluindo as fases da sua reprodução mecânica e social. As acções de promoção turística, as descrições históricas e do significado dos lugares, que, sob diversas formas, inventam a tradição e estimulam a nostalgia, retiram a sua eficácia do próprio modelo de organização institucional do turismo. Promotores privados e públicos, agências e companhias multinacionais, autarquias e outras organizações de gestão administrativa contam-se entre os principais agentes que dinamizam um mercado e um modelo de organização turístico que, pela sua parte, é também responsável pela acelerada diminuição da autenticidade dos ambientes turísticos. Estamos, neste domínio, perante uma questão estratégica central do lugar do turismo na sociedade a qual, sinteticamente, pode equacionar-se como o jogo entre a autenticidade histórico-cultural e a preservação dos lugares, de um lado, e o conforto pessoal, os interesses económicos e a comercialização da cultura, do outro.

Impossibilitado de alcançar a autenticidade que o mobiliza, por não se distinguirem as regiões de fachada e de bastidores dos ambientes que visita, o turista limita-se a tomar contacto com um terceiro espaço que MacCannell chama "autenticidade encenada" (staged authenticity). A "autenticidade encenada" é como que uma pseudo-região de bastidores da realidade que mostra e torna acessível aquilo que é julgado legítimo, a maior parte das vezes de acordo com critérios puramente comerciais. A realidade assim encenada, porém, não perde capacidade para provocar no turista estados de agradávelidade emocional e sustentar níveis elevados de satisfação.

Erik Cohen (1979) e Jonathan Culler (1981) desenvolvem, em diferentes sentidos, o argumento principal de MacCannell. Enquanto o primeiro busca uma explicação fenomenológica das experiências turísticas e a respectiva construção tipológica, o segundo desenvolve a vertente semiótica do acto turístico. Pode dizer-se que destas linhas de investigação se retira a ideia de que, apesar dos seus diferentes tipos sociais, motivações e apreciações, o turista configura uma espécie de código interpretativo consensual das múltiplas formas de representação que a sociedade fornece de si própria. Defraudado na sua busca de autenticidade, ao turista, qual cidadão, não restam outros meios para procurar compreender o mundo moderno senão "olhá-lo como uma série de espectáculos culturais" (Culler, 1981: 140).

Mas reside nisto, precisamente, o principal limite da estratégia de MacCannell. Numa sociedade que privilegia a imagem e a representação, em que os "pseudo-acontecimentos" se tornam, eles próprios, os acontecimentos, a distinção entre *regiões de fachada* e *de bastidores* torna-se problemática. O seu potencial explicativo, que permitira a MacCannell separar uma autenticidade *real* de uma outra *encenada*, dissipa-se à medida que o turista faz ele próprio parte do espectáculo que procura interpretar.

A figura sociológica do "pós-turista" é a ilustração extrema deste turista consciente e conformado com a sua dupla condição de actor e espectador. A elaboração sociológica sobre o "pós-turista" deve-se originalmente a Maxine Feifer (1985), mas outros autores têm glosado este personagem (Urry, 1990; Rojek, 1993). O "pós-turista" conhece o jogo em que se encontra envolvido, nomeadamente, conhece e aceita que a experiência turística seja totalmente mercadorizada e comercializada. É "resolutamente realista" e sabe que não pode escapar à sua condição de *outsider* e ser admitido nos *bastidores* da sociedade que visita. Por privilegiar o elemento lúdico do turismo, e não as suas componentes culturais ou educativas, o "pós-turista" tende a consumir ambientes turísticos específicos, tendo a cidade histórica e monumental uma presença menor entre as suas preferências. De qualquer modo, o que mais o caracteriza é o facto de reconhecer que os ambientes que visita são artificiais e encenados e que a sua autenticidade só pode ser reforçada no prolongamento e na intensificação da própria representação. O "pós-turista" procura o seu conforto de consumidor e, por vezes, usa-o com ironia para avaliar as suas experiências. A sua crítica é uma crítica cooptada, feita a partir da sua própria condição de turista sem ilusões.

A tentativa para denegrir esta tendência é enorme entre os defensores nostálgicos do viajante activo. Este turista consciente da sua ilusão é o alvo da crítica generalizante de Boorstin e de outros analistas anti-turismo e anti-turistas: é orientado pelo princípio da busca do prazer e não da cultura; é passivo e espera que situações estimulantes venham ter consigo; é, por fim, comodista e egoísta e deseja que tudo seja pensado em seu benefício (Boorstin, 1961: 84-85).

Esta interpretação não se mostra adequada a compreensão do comportamento e motivações do turista que constitui o personagem típico que subjaz a esta análise. Na verdade, pode dizer-se, em primeiro lugar, que o turista de classe média, com um capital escolar e cultural relativamente elevado, que se dedica a visitar cidades histórico-monumentais, valorizando os aspectos educativos, históricos e culturais acima dos aspectos lúdicos da sua viagem, sem poder ser confundido com o "pós-turista", no entanto, em determinadas circunstâncias, partilha com ele alguns traços comportamentais e avaliativos. São ambos sujeitos socializados num contexto dominado pela cultura do consumo e da imagem, e nisso reside a sua mais assinalável semelhança. Porém, enquanto que para o "pós-turista" qualquer actividade, ou mercadoria, deve ser consumida, abandonada e substituída pela seguinte, para o turista "culturalista" não é assim.¹³ O mesmo acto turístico tenderá a revelar-se fundamentalmente lúdico e só secundariamente educativo, para um, e, ao invés, fundamentalmente educativo e só secundariamente lúdico, para outro.

Uma segunda diferenciação diz respeito ao facto de ambos os tipos de turistas tenderem a consumir visualmente o património de modo distanciado e passageiro. Contudo, o consumo visual do turista "culturalista" tende a ser apropriativo, isto é, objecto de uma imposição de sentidos e significados pelos quais é a própria identidade do sujeito que é (re)definida e (re)contextualizada. Em terceiro e último lugar, o que distingue estes turistas entre si é que, deixando-se ambos reger por critérios de instantaneidade temporal e de gratificação pessoal imediata, o "pós-turista" não tem que guardar memórias e o património histórico, arquitectónico e monumental da cidade que visita, enquanto imagem, não passa de um artefacto a consumir "já" e confortavelmente. Ao contrário, o turista "culturalista" busca e inventa memórias e raízes na cidade e no património que visita. Ainda que o possa fazer de modo mais ou menos caótico e desconexo, os sentidos e significados que confere e retira da cultura urbana ante si permitem-lhe, por um instante, imaginar e inventar a sua própria condição.

4.^a Paragem / "Mercado da autenticidade"

A natureza da autenticidade, acabada de discutir, torna-a um conceito difícil de operacionalizar, do ponto de vista empírico. Tal dificuldade amplia-se quando a autenticidade é questionada em contextos histórico-monumentais (ou culturais, num sentido estrito) por comparação a outros contextos, como sejam, por exemplo, os parques temáticos (tipicamente lúdicos, ainda que educativos). No inquérito já referido aos turistas de Évora e Coimbra, procurámos avaliar o grau de aceitação/procura da autenticidade histórico-monumental por parte dos visitantes de ambas as cidades. Na operacionalização da questão, e em vista da discussão em redor do chamado mercado da autenticidade, decidimos opor o conceito

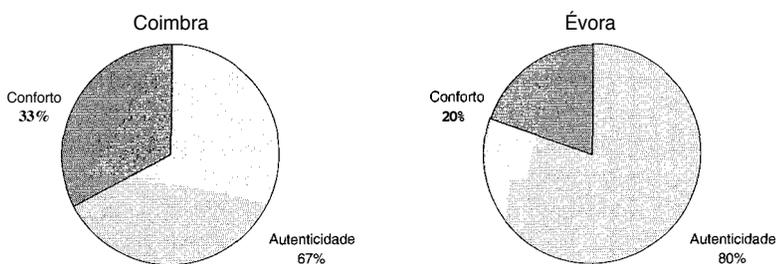


Figura 3.4 Autenticidade e conforto pessoal nas preferências dos turistas nas cidades visitadas (Coimbra e Évora), 1994
 Fonte: Fortuna (1995).

de autenticidade (introduzido através de noções como "carácter histórico" ou "pormenores históricos") ao conceito de conforto pessoal (apresentado sob fórmulas mais explícitas, "acolhimento e conforto dos visitantes" ou apenas "conforto dos visitantes"). Solicitou-se aos inquiridos que assinalassem a sua preferência por uma das seguintes proposições alternativas acerca dos lugares históricos e monumentais visitados:

- Proposição A (preferência pela autenticidade): "Acha que se deveria realçar o seu carácter histórico, mesmo que a custa de algumas condições de acolhimento e conforto dos visitantes?" ou,
- Proposição B (preferência pelo conforto): "Acha que se deveria melhorar o conforto dos visitantes, mesmo que se perdessem alguns pormenores históricos?"

Os resultados obtidos apresentam-se sob esta forma gráfica, em percentagens (ver figura 3.4).

Do conjunto das 726 respostas obtidas (402 em Coimbra e 324 em Évora) o que queremos realçar é o peso relativo da opção pela Proposição B. A questão merece duas apreciações principais. Numa primeira apreciação, merece destaque o número, relativamente elevado, de respondentes que favorecem o conforto pessoal, mesmo que conseguido com prejuízo do carácter vernacular do património histórico e monumental visitado.¹⁴ Esta opção é um claro sinal da atitude "pós-turista" que se acaba de enunciar. Mais do que valorizar apenas e em termos abstractos o conforto pessoal, o que esta atitude pode revelar é a consciência (ou a desconfiança) de que o património edificado é ele próprio uma construção social e uma invenção cultural. Sujeito a adaptações e manipulações, feitas, umas vezes de acordo com critérios técnicos, ou estéticos, ou comerciais, outras vezes sem critério algum, estas adaptações poderiam atender as motivações consumistas dos visitantes e à satisfação do seu conforto pessoal.

Numa segunda apreciação breve, merece destaque o facto de quase duplicar o número de turistas que, em Coimbra, dizem estar dispostos a beneficiar o conforto

peçoal em detrimento do património. Poderão apontar-se várias hipóteses de justificação para este facto. Neste contexto, gostaria apenas de me referir à hipótese de estarmos perante um efeito induzido da credenciação, pela UNESCO, em 1986, da cidade de Évora como Património da Humanidade. Em si, tal credenciação é uma manifestação do processo de globalização da cultura, em que o local e o global se confrontam e articulam, simultaneamente.

Évora, Património da Humanidade, é um local transbordante que se globalizou. Mas, por paradoxal que isso possa parecer, só se pode globalizar aquilo que é único e localmente valioso. Deste modo, a cidade de Évora ganha um sentido aurático de exclusivismo e de autenticidade (Fortuna, 1997b), o que merece dois breves comentários adicionais. Em primeiro lugar, esta situação é estimulada pelo próprio mercado da autenticidade de que a credenciação pela UNESCO faz parte e que, contra o que sustentaria Walter Benjamin, se traduz no princípio de que quanto mais reconhecido e difundido, mais valioso e procurado se torna o objecto (de arte). Em segundo lugar, ao ser globalizada, digamos, credenciada e reconhecida pela UNESCO como Património da Humanidade, e independentemente de qualquer apreciação da sua exemplaridade cultural ou do seu estado de conservação, a cidade do Alentejo tende a fazer refrear, entre os turistas, o instinto consumista e de conforto com que, noutras situações, aqueles tendem a apreciar o património histórico e monumental edificado.

Turismo, modernidade e transgressão

David Chaney é da opinião de que o turista reflexivo e pós-moderno "não pode ser crítico nem desrespeitador", antes se constituindo "em colaborador voluntarioso, ou mesmo em audiência cúmplice do processo de artificialização dos lugares da cidade" (Chaney, 1994: 145; 197). Em Chaney nota-se uma acentuada descrença na capacidade do turismo moderno tanto para conferir autonomia ao turista individual, como para fazer estancar a actual descaracterização dos espaços da cidade.

Esta perspectiva levanta uma série de interrogações cujo confronto, porém, pode revelar-se uma contribuição decisiva para uma leitura sociológica do turismo contemporâneo. Um dos problemas a questionar é o próprio fatalismo contra-turista de Chaney, ou de Boorstin, o qual encontra correspondência noutras análises da modernidade como, por exemplo, na questão da hiper-realidade (Eco, 1986), ou do simulacro (Baudrillard, 1991). Se prolongar esta linha de questionamento, a análise sociológica do turismo deverá interrogar acerca da legitimidade teórica e política com que se recusa ao turista qualquer competência crítica, de distanciamento ou paródia e vê nele apenas o arquétipo da alienação e da sujeição disciplinada que caracteriza o quotidiano rotineiro dos cidadãos.¹⁵

Com efeito, creio que se pode defender que o turismo encerra um forte

elemento de ambivalência. Ora pode ver-se nele um sintoma de ordem e disciplina, ora de ruptura e subversão. Esta natureza dialógica do turismo torna-o um produto da modernidade, ela própria alimentada no trágico confronto entre opostos.¹⁶ Esta trágica ambivalência é o ponto de partida para enunciar a quinta dimensão da problematização sociológica do fenómeno turístico: o turismo é uma manifestação cultural e política particular da modernidade, que concretiza o desejo de evasão e o prazer emocional dos sujeitos, pela atenuação dos constrangimentos sociais e a exaltação da fantasia.

Marshall Berman considera que ser moderno "é encontrar-se num ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, auto-transformação e transformação das coisas em redor — mas, ao mesmo tempo, ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos" (Berman, 1989: 15). Para que a experiência turística possa ser definida como manifestação cultural e política da modernidade, ela deveria compaginar-se aos termos desta definição.

É fácil aceitar que o turismo corresponde, grosso modo, ao primeiro elemento da definição de modernidade de Marshall Berman. Ele é, como estamos habituados a admitir, um factor de satisfação emocional, libertação e autonomia individual.¹⁷ É mais problemático admitir-se que o turismo ameaça destruir, como Berman julga ser o caso da modernidade, "tudo o que temos, o que sabemos e o que somos". Isto faz ressoar o argumento moral da burguesia dos finais do século passado, quando o acesso crescente das classes médias e operárias às actividades de lazer era visto como prenúncio da desordem social e da ruína da civilização. Apesar de se situar nos antípodas desta concepção, porém, para Berman a modernidade que tudo ameaça destruir, ameaça também a sua auto-destruição. Poderá o turismo ostentar tais instintos de autofagia? Como argumentei anteriormente, John Urry (1995: 148) antevê o "fim do turismo" como resultado da "desorganização" do capitalismo. De certo modo, este "fim do turismo" tem ressonâncias schumpeterianas já que surge como resultado do seu sucesso. "Descendente" da viagem aristocrática e elitista, o turismo haveria de continuar a contribuir para o acentuar da diferenciação social ao longo do século XX e, em particular, na sua segunda metade. A medida que se tornou objecto do consumo e do acesso social alargado, de instigador da diferenciação, o turismo tornou-se agente de *desdiferenciação* social. A sua massificação provocou também a perda da sua especificidade e tende hoje a gerar um sentimento elitista a contrário: o que é socialmente distinto é não se deixar confundir com o turista e rejeitá-lo. Trata-se de uma posição tão problemática da atitude dos sujeitos perante o turismo como, eventualmente, a sua oposta, a do "pós-turista".

É apenas no prolongamento deste argumento sobre a desdiferenciação social que se pode sustentar que o turismo contém, como a modernidade, a capacidade de destruição de "tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos". A possibilidade de o turismo destruir "tudo o que temos..."

esgota-se na possibilidade de os turistas autodestruírem as suas próprias identidades. Como se sustentou acima (capítulos 1 e 2), podemos falar de *destruição criadora das identidades* para nos referirmos ao facto de, de modo próprio, os sujeitos procederem a reformulação estratégica das suas matrizes identitárias, como meio de adaptação a uma sociedade crescentemente complexa e contingente. Esta adaptação, como assinala grande parte da sociologia da cultura e do consumo, parece ser hoje feita com recurso a dispositivos (simbólicos, representacionais, estéticos e performativos), até há muito pouco tempo marginalizados na caracterização das configurações societárias. Sendo o turismo um dos meios privilegiados de acesso a tais dispositivos, reconhece-se que é também no desenrolar do acto turístico que os indivíduos concretizam criadoramente a auto-destruição das suas identidades.

No contexto da experiência turística, o potencial de subversão das identidades deve ser entendido como o resultado combinado de dois factores. Em primeiro lugar, em resultado daquilo que podemos chamar de *descenramento* dos sujeitos (Cohen, Nachman e Aviad, 1987), que traduz a desvalorização, suspensão ou perda das matrizes convencionais da identidade social — a classe social, o sexo, o grupo étnico, o grupo religioso, a condição laboral e o estatuto educativo e familiar. Tratando-se de uma manifestação geral da sociedade contemporânea, no contexto específico do turismo, porém, tal descenramento pode ser visto como derivado, por um lado, do afastamento físico dos espaços de controle e constrangimento social dos sujeitos e, por outro lado, do estado de desprendimento e libertação dos sentidos em que o turista se deixa envolver.

Em segundo lugar, aquele *descenramento* dos sujeitos contém em si a busca de um novo *recentramento*. A subversão potencial do turismo sobre as identidades traduz-se aqui na adesão a um sistema de vinculações e referências vagas, frágeis e rapidamente substituíveis. A conjugação destas situações culmina na desvalorização das identidades sociais e na revalorização dos processos de identificação dos sujeitos (ver capítulo 1).

No turismo, mais do que noutras práticas sociais e de lazer, a transformação de uns critérios de identificação por outros é mediada pelo elemento físico e territorial. Esta "espacialização social", para usar a linguagem de Rob Shields (1991: 7; 30 e ss.), das motivações e interesses conduz à *sacralização* e *mitificação* dos lugares turísticos. Pese embora a tentativa da "codificação" dos seus sentidos e significados, estes "lugares-mito" são objecto de livres investimentos interpretativos e simbólicos por parte dos turistas. Esta livre construção da "imagem", estando subordinada a lógica do desprendimento das emoções inerente ao turismo, confere aos lugares visitados uma tonalidade próxima dos ambientes festivos.

Como todos os ambientes de festa, também os proporcionados pelo turismo tendem a ser consumidos de forma sôfrega e emocionalmente intensa. Dada a sua permanência, por definição, limitada nestes lugares, e dado o

seu descomprometimento com a história e a cultura locais, o turista pode exagerar na avaliação simbólica do lugar e investi-lo de qualidades *extra-ordinárias*. Esta é uma forma de valorizar a sua própria condição de turista: a um tempo curto e limitado apõe-se (simbolicamente) a máxima satisfação emocional possível. O tempo do turista é assim convertido num tempo de excepção, ou intervalo de vida.

Deliberadamente despojada de condicionalismos e obrigações rotineiros, a experiência do turista assemelha-se ao estado ritualístico de passagem de uma condição social para outra, feita num contexto espacial que, por isso mesmo, é um espaço de liminaridade tal como é caracterizado por Victor Turner (1969). Ora, os espaços de liminaridade, onde se procede à suspensão de códigos éticos, morais e políticos, conjugados com ambientes festivos, limitados no tempo, de fruição intensa e extra-ordinária, podem configurar situações de transgressão bakhtiniana. Nesta hipótese, a mesma modernidade que criou o turismo e o turista, investiu um e outro da capacidade de evasão do quotidiano e, sob forma dramatizada, da capacidade de suspensão temporária dos ordenamentos sociais. No seu limite, o turismo pode revelar-se uma crítica social insidiosa e silenciosa. Pode assim comportar algum sentido de transgressão e virar o mundo de pernas para o ar, como no carnaval bakhtiniano, que, como se sabe, é um ritual anti-ritual.

5.^a Paragem / "Fim de percurso"

Procuramos traçar o quadro geral de motivações dos turistas que visitam as cidades de Évora e Coimbra. O ponto de partida para esta tentativa de caracterização está no reconhecimento de que a expressão comportamental do turista se encontra relacionada com a estrutura das suas motivações e interesses. Assim, o grau maior ou menor de convencionalismo que se atribua ao comportamento do turista (por exemplo, a sua "passividade", "acomodação", "distância", "crítica" "paródia", etc.) há-de relacionar-se com a estrutura daqueles interesses e motivações.

Na operacionalização desta questão, socorremo-nos do modelo de hierarquização das necessidades de Abraham Maslow (1970). De acordo com o modelo, os indivíduos têm um quadro evolutivo de crescimento marcado por patamares sucessivos (e hierarquizados) de interesses e motivações.¹⁸ Com importâncias desiguais, o modelo pretende definir uma estrutura-tipo de motivações dos indivíduos que habitualmente se representa do seguinte modo, em si revelador da importância relativa de cada uma das motivações (Dubois, 1993: 42).

Desdobrada cada uma destas cinco motivações genéricas em duas razões justificativas/interesses pessoais na visita, pediu-se aos turistas que se posicionassem perante cada uma,¹⁹ tendo-se obtido a seguinte escala de valores médios das motivações declaradas.

Não pretendo dedicar-me aqui à análise pormenorizada destes resultados. A minha intenção limita-se a destacar o facto de que, quando questionados

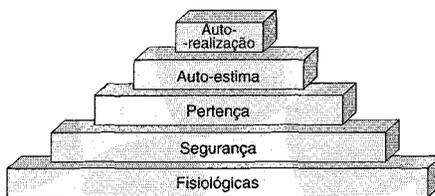


Figura 3.5 Hierarquia das necessidades/motivações segundo Maslow
Fonte: Maslow (1970)

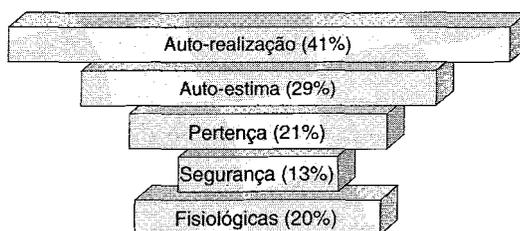


Figura 3.6 Hierarquia das necessidades/motivações declaradas pelos turistas nas cidades visitadas (Coimbra e Évora), 1994
Fonte: Fortuna (1995).

no contexto da sua visita, os turistas oferecem de si próprios e das suas motivações uma imagem que é simultaneamente contrastante e sobreponível ao tipo-ideal de sujeito, avançado pela psicologia motivacional de inspiração maslowiana. São contrastantes no que respeita a intensidade com que os turistas referem as motivações geradoras de satisfação pessoal (os níveis superiores da pirâmide, sobretudo as necessidades de auto-realização e de auto-estima); aproximam-se porquanto os níveis potencialmente geradores de insatisfação (necessidades fisiológicas e de segurança) se encontram assegurados e não constituem o móbil da visita.

Os resultados transmitem, antes de mais, um sentido de suspensão dos traços sociopsicológicos e motivacionais que caracterizam os turistas, enquanto cidadãos que passaram já por várias etapas do seu "curso de vida". O turista que visita Évora e Coimbra e que apresenta este quadro de motivações é portanto, um turista experimentado e, em princípio, exigente quanto aos níveis da sua satisfação emocional. Não surpreende, deste modo, que encontrando-se n um tempo de exceção e n um espaço que ele próprio se encarrega de converter simbolicamente e m festa, o turista procure tornar legítimas a exposição dos sentidos, a fantasia e a fruição.

A "sobrevalorização" da auto-estima e da auto-realização, por exemplo, permite julgar que se reduz ao mínimo a eficácia dos códigos e constrangimentos sociais e morais do cotidiano turístico. Todas as avaliações são feitas de acordo com critérios exclusivistas e hedonistas. Nesta atmosfera, o turista entrega-se à construção de um mundo imaginário, em que ele próprio é soberano e que, por isso, é um mundo que tem tanto de comunitário e social como tem de efêmero e egoísta. Tal como a geometria invertida das pirâmides das motivações, este mundo do turista e do turismo é simbólica e temporariamente, um mundo às avessas.

[Página deixada propositadamente em branco]

Capítulo 4

ESTRADAS E SANTUÁRIOS

Percorso socioreligioso dos peregrinos-caminhantes a Fátima

Podeis estranhar estas minhas palavras. Na verdade, aquilo que vi e que senti nesta peregrinação levou-me a reformular muitas das minhas convicções anteriores e a pôr de lado algumas das minhas opiniões.

[Malcolm X, *Autobiography*]

Num ensaio prospectivo recente sobre valores e representações sociais em Portugal, João Ferreira de Almeida considera sociologicamente menos pertinente a interrogação sobre o grau de religiosidade das sociedades, do que o questionamento da natureza dessa mesma religiosidade (Almeida, 1990: 71). Compartilhando plenamente esta avaliação, o presente capítulo constitui uma tentativa de caracterização das crenças e das práticas religiosas dos peregrinos-caminhantes ao Santuário de Fátima. Pretende-se, ao mesmo tempo, dar a conhecer as motivações que subjazem a esta prática ritualística que é a peregrinação a pé, uma questão que, ausente das agendas de investigação sociológica em Portugal, tem sido remetida para um tratamento jornalístico feito, não raras vezes, com um forte pendor impressionista.

Não se fornece aqui senão uma avaliação parcial do fenómeno da peregrinação a Fátima.¹ Não só no sentido em que o estudo se debruça apenas sobre os caminhantes, deixando deliberadamente de lado um conjunto vastíssimo de outros peregrinos, mas também porque não se pretendeu estudar um universo representativo daquele tipo de peregrinos. Este trabalho é ainda tematicamente parcelar no sentido em que não se dispõe a analisar as diversas variáveis a que pode ser sujeito o estudo das peregrinações.

Este texto foi escrito em conjunto com Claudino Ferreira, a quem agradeço a autorização para esta reedição. Quero também agradecer a colaboração prestada por Madalena Andrade, de saudosa memória, Elísio Estanque e Valentim Alferes na configuração inicial dos protocolos da pesquisa que o sustenta.

As peregrinações, qualquer que seja o sistema religioso em que se desenrolam, do Cristianismo ao Islamismo, do Judaísmo ao Taoísmo ou do Hinduísmo ao Xintoísmo, e enquanto processos sociais, englobam sempre riquíssimas experiências de análise sociológica. Podem remeter para o estudo tanto da sua espacialidade, como do seu simbolismo, como das relações sociais que se forjam no seu decurso e que, em regra, são vistas como interrupção do quotidiano localizado, relativamente estável e estruturado dos actores. Estamos a pensar, por exemplo, na análise da preparação para a jornada, na observação fenomenológica da viagem, dos comportamentos e impressões que se manifestam a chegada ao lugar sagrado, das práticas que aí têm lugar e do próprio regresso e reinserção na comunidade de partida. As relações, por vezes tensas, por vezes de solidárias, que os actores peregrinos estabelecem com a sociedade por onde passam são, igualmente, um campo de análise que reclama atenção particular.

Estas são algumas das dimensões que, no seu conjunto, podem revelar aspectos geralmente pouco estudados, como a organização das actividades grupais e a vida social da peregrinação, a sua economia e logística próprias, os diferentes e temporários arranjos simbólicos e sociais, bem como a relação de elementos profanos com elementos sagrados, do individual com o colectivo, do material com o espiritual.'

O ponto de partida deste capítulo é a tendência que hoje se manifesta para o "desencantamento do mundo", ou seja, para o processo plurissecular de separação entre a dimensão mágica e sagrada e as dimensões racionalistas da vida social, sobre que Max Weber se deteve (Weber, 1983: 99). Este processo acarreta a gradual redução da influência do sagrado sobre a estruturação das práticas sociais que, deste modo, se secularizam. Em particular, no tocante ao catolicismo em Portugal, este declínio da vitalidade religiosa parece manifestar-se hoje, entre outros aspectos, na crescente marginalização das componentes mais ritualizadas e institucionalizadas da religião, no aumento da capacidade de auto-gestão da religiosidade e na correspondente diminuição do papel mediador do clero (Almeida, 1990).

Isto não equivale a dizer que a secularização elimine a religião, mas tão-só que a transforma (Hervieu-Léger, 1985). Na verdade, a secularização da sociedade pode coexistir com uma forte componente de sacralização e religiosidade.³ A religião, em situações de acentuada secularização, tende a ser apropriada e percebida de modo individual. Esta privatização da religiosidade faz-se acompanhar do surgimento de novas linguagens e símbolos, novas formas de interacção entre o clero e a sociedade, bem como pela persistência e reinvenção de práticas religiosas refractárias ao enquadramento oficial da Igreja.⁴

A peregrinação a pé ao Santuário de Fátima, uma prática que recria outras experiências semelhantes de raiz medievalista, pode, em nosso enten-

der, ilustrar a inscrição destas tendências na sociedade portuguesa. Enquanto experiência social, desenrolada numa sociedade que se "desencanta", o acto de "ir a pé a Fátima" não escapa às conclusões que têm recentemente feito destacar a presença na peregrinação de uma componente turística e, portanto, laica (Turner e Turner, 1978; Cohen, 1988). O peregrino, como o turista, afasta-se temporariamente do seu quotidiano residencial e de trabalho, para se dirigir a um outro lugar. Neste movimento, suspende, ou inverte mesmo, as suas obrigações quotidianas, renunciando à dimensão estrutural da vida. Parafraseando Victor e Edith Turner pode dizer-se que, envolvido neste acto "anti-estrutural", o peregrino afasta-se da sociedade para se aproximar da *communitas* e regressar de novo à primeira, concluindo deste modo um singular rito de passagem (Turner, 1969; Turner e Turner, 1978).⁵

A peregrinação, no entanto, diz respeito a um momento particular deste rito de passagem, isto é ao seu estágio liminar ou de transição, um estágio intermédio entre o processo de separação e de reintegração que van Gennep (1960) demonstrou caracterizar a generalidade dos ritos de passagem. Esta liminaridade do fenómeno peregrínico confere-lhe um conteúdo particular, semelhante ao que Stallybrass e White (1986) atribuem às festas, festivais e feiras. O seu sentido socioantropológico mais profundo radica na transgressão simbólica das convensões sociais, éticas e culturais da vida quotidiana e na sua reconstrução/deformação temporária, desenrolada no fluir da viagem. Com efeito, grande parte da expressividade da peregrinação a pé, condicionada pela desconexão da relação oficial/popular e, principalmente, da relação sagrado/profano, é composta por um agregado informe de imagens e de (auto-)representações que se faz acompanhar de um acentuado sentido de desdiferenciação social. No seu conjunto, esta desdiferenciação social e o magma de imagens e representações que lhe são associados permitem inserir o fenómeno peregrínico entre as várias manifestações que têm vindo a ser reinterpretadas como ilustrativas do processo de estetização do quotidiano típico da pós-modernidade.

Se acrescentarmos a este facto o carácter repetitivo com que grande parte dos peregrinos-caminhantes se envolve nesta viagem, uma vez mais a semelhança do que ocorre com a viagem dos turistas, apercebemo-nos da forma como a própria percepção do espaço fica sujeita a uma redefinição transgressora das hierarquias. A peregrinação não é somente uma deslocação física de um espaço familiar para outro não familiar, mas é também uma deslocação (ascensão) do centro da vida quotidiana (residência, trabalho), para uma periferia distante (santuário). No jogo de inversão dos sentidos dos peregrinos, o centro secular do seu quotidiano torna-se periférico e, inversamente, a periferia distante que se pretende alcançar transforma-se num espaço físico e espiritualmente central. O santuário vê-se assim convertido numa periferia *central*, mobilizadora de sentimentos

individuais diferenciados e dispersos (Turner, 1973), mas capaz, por isso mesmo e ainda que só temporariamente, de induzir um sentido particular de colectividade.

Uma tal agregação efémera de particularismos corresponde, em larga medida, àquilo que, como assinalado anteriormente, Tumer (1969) designa por *communitas*. O carácter processual e repetitivo da peregrinação a pé a Fátima, no entanto, implica que o sentido de *communitas* que nela se forjaseja um sentido normativo,⁶ porquanto a adesão ao colectivo em peregrinação e, em particular, a pequenos grupos de caminhantes, quando ocorre, deve implicar, pelo menos tacitamente, a aceitação de um código mínimo de normas éticas que não são, portanto, nem espontânea nem ideologicamente definidas. Desta forma, a peregrinação revela o seu carácter liminar, situando-se algures entre o espírito tradicionalista da *Gemeinschaft*, em que as normas são assumidas de modo mais ou menos tácito ou inconsciente, e o espírito racionalista da *Gesellschaft*, em que a ordem social é comandada por um sentido instrumental das relações sociais.⁷

Ao gerar este espírito particular de *communitas*, a peregrinação assume, antes de mais, um carácter socialmente unificador, já que suspende, temporariamente, as desigualdades sociais, de classe e culturais, bem como os modos de vida inscritos na condição social de partida dos actores.⁸ Isto não impede que, durante a peregrinação, se forjem modalidades de organização estruturantes das relações entre os caminhantes que, naquele contexto situacional, ampliam ou se sobrepõem à estrutura social hierarquizada de partida em que os peregrinos se inscrevem.

Podemos então considerar que a peregrinação promove um efeito de exorcismo ou de suspensão temporária da sociedade, o que confere a esta experiência um sentido particular de fluxo ou *envolvimento*, de natureza figuracional, tal como este é entendido por Elias e Dunning (1971). Ela desenrola-se por si e o envolvimento dos actores sociais condiciona e é simultaneamente condicionado pelo seu próprio fluir. "As pessoas sentem-se diferentes", garantem os caminhantes entregues a este acto de abdição de uma parte substancial do seu ego classista e cultural. No seu regresso, dizem "sentir-se melhor", reconfortados e gratificados. A peregrinação, como o turismo, é um rito sujeito ao jogo duplo de atracção (aproximação de símbolos e mitos unificadores) e de distracção (escapismo à diferenciação social e maior permissividade no quotidiano da caminhada), independentemente do investimento requerido em trabalho e penosidade. Mas são ambos finitos, por definição. Os caminhantes regressados reintegram a sua comunidade e a sua condição social moralizados e, como se procurará mostrar adiante, auto-promovidos à condição especial, porque representada, de credores de sinais, benesses e favores divinos.⁹

Vejamos quem são os protagonistas deste fenómeno, como é que ele se processa e quais as motivações que lhe subjazem.

Caracterização dos peregrinos-caminhantes

O campo de observação que suporta esta reflexão é constituído por um universo de 236 caminhantes inquiridos no acto da peregrinação, no troço entre Mealhada e Fátima, entre os dias 6 e 10 de Maio de 1991. Em termos médios, podemos afirmar que o peregrino-caminhante é um adulto em idade activa, com um nível de instrução extremamente baixo, oriundo de meios sociais pouco urbanizados e que exerce uma profissão como trabalhador por conta de outrem, na indústria ou nos serviços.

Dos 236 peregrinos entrevistados, 143 (61%) são mulheres, 93 (39%) são homens. As suas idades variam entre os 15 e os 78 anos, sendo o conjunto compreendido entre os 20 e os 49 anos aquele que agrega o maior número (69%).

Trata-se, portanto, de uma população relativamente jovem, com uma idade média de cerca de 37 anos, sendo as mulheres ligeiramente mais velhas que os homens (respectivamente 39 e 33 anos). A este respeito, é de notar que cerca de um quarto das peregrinas têm mais de 50 anos, sendo entre estas que se registam os níveis mais elevados de assiduidade. Por outras palavras, é entre os indivíduos mais velhos e do sexo feminino que se nota uma maior tendência para assumir a peregrinação como um ritual periódico e repetitivo.

Mau grado a sua relativa juventude, os caminhantes apresentam níveis de instrução baixos: no total, 7% são analfabetos, 59% têm o ensino primário, 18% o ensino preparatório. Se se desagregar o escalão correspondente ao ensino secundário, verifica-se que apenas uma pequena minoria (cerca de 6%) possui nível de instrução superior ao 9.º ano de escolaridade.

Cerca de dois terços dos peregrinos (mais exactamente 64%) exercem uma profissão remunerada. Os restantes 36% são mulheres domésticas (21%), reformados (9%), desempregados (2,5%) e outras situações indefinidas (4%). As percentagens de peregrinos que exercem profissão são mais elevadas entre os homens (86%) do que entre as mulheres (49%).

Dos que exercem profissão, 76% fazem-no como trabalhadores por conta de outrem, 12% são trabalhadores independentes, 8% patrões e 4% encontram-se em situações profissionais residuais.

No que respeita aos sectores de actividade, são a indústria e os serviços que empregam a grande maioria dos peregrinos inquiridos. Assim, 62% dos homens trabalham na indústria e na construção civil, 30% no sector terciário. Quanto às mulheres, o sector dominante é o terciário (54%) e, em seguida, a indústria (43%).

A agricultura, ao contrário do que se poderia esperar, ocupa apenas uma parte marginal dos peregrinos com profissão: 8% dos homens, 3% das mulheres. Tendo em conta que, na sua maioria, os entrevistados são oriundos de pequenas localidades rurais, é provável que muitos deles exerçam actividade agrícola em regime de pluriactividade. No contexto da entrevista, no

Quadro 4.1 Peregrinos inquiridos segundo o sexo e a idade

Idade	Homens		Mulheres		Total (H+M)	
	n	%	n	%	n	%
15-20	16	17,2	14	9,8	30	12,7
21-30	31	33,3	38	26,6	69	29,2
31-40	17	18,3	28	19,6	45	19,1
41-50	21	22,6	28	19,6	49	20,8
51-60	5	5,4	24	16,8	29	12,3
61 e mais	3	3,2	11	7,7	14	6,0
Total	93	100,0	143	100,0	236	100,0

Quadro 4.2 Peregrinos inquiridos segundo a situação perante o trabalho

Situação perante o trabalho	Homens		Mulheres		Total (H+M)	
	n	%	n	%	n	%
Exercem profissão	80	86,0	70	49,0	150	63,6
Tr. p/ conta de outrem	60	64,5	54	37,8	114	48,3
Trab. independentes	10	10,8	8	5,6	18	7,5
Patrões	6	6,5	6	4,2	12	5,1
Outros	4	4,3	2	1,4	6	2,5
Domésticas	0	0,0	49	34,3	49	20,8
Reformados	6	6,5	15	10,5	21	8,9
Desempregados	4	4,3	2	1,4	6	2,5
Outros	3	3,2	7	4,9	10	4,2
Total	93	100,0	143	100,0	236	100,0

entanto, declaram apenas a actividade que consideram ser a sua ocupação principal, subvalorizando assim a agricultura.

Trata-se, em síntese, de uma população que regista um elevado grau de actividade e de participação no sistema de emprego. Mesmo entre os peregrinos do sexo feminino, a proporção de domésticas é bastante inferior a das mulheres que exercem profissão fora de casa. Tendo em conta que estes peregrinos passam, em média, cerca de cinco dias e meio na estrada no cumprimento do ritual, seria de esperar uma proporção menor de caminhantes com profissão. No entanto, a eficácia simbólica do ritual implica

a observação rigorosa do calendário apropriado (em geral, a semana anterior ao dia da 1.^a "aparição", 13 de Maio) e a realização de um trajecto longo e moroso,¹⁰ pelo que o seu cumprimento não se compadece com os calendários regulares de trabalho. Os compromissos laborais não constituem, portanto, factor condicionante da peregrinação. Ao contrário, o que se observa é que os caminhantes se dispõem a suspender o trabalho durante cerca de uma semana, deslocando férias para esta época ou descontando no seu ordenado mensal os dias de ausência no emprego. Deste ponto de vista, esta prática religiosa de forte pendor individual que é a peregrinação exerce um acentuado poder de atracção que leva os seus protagonistas a desvincularem-se dos seus compromissos profissionais regulares.

A gestão do percurso

Como todas as rupturas com os espaços e os tempos quotidianos, a peregrinação tem a sua própria organização logística e implica um determinado planeamento. Ainda que, como garantem 90% dos inquiridos, a decisão de peregrinar seja tomada individualmente, o fado de a partida ser planeada em grupo leva-nos a considerar a presença de numerosos condicionamentos colectivos naquela tomada de decisão." Como o quadro 4.3 ilustra, pode, desde logo, dar-se por certa a limitada interferência dos párocos naquela decisão.¹²

Os grupos de caminhantes têm uma organização própria, planeiam o ritmo da caminhada e gerem o quotidiano da peregrinação.¹³ Contam, à partida, com uma estrutura de apoio, implantada ao longo do percurso por um vasto conjunto de instituições,¹⁴ algumas das quais dependem de trabalho voluntário e foram constituídas especificamente para este efeito.

Ao lado desta estrutura solidária de apoio, funciona um sistema de mercado cuja informalidade é em muitas circunstâncias, um elemento constitutivo do planeamento da peregrinação.¹⁵ A este respeito destaca-se a oferta de dormidas por particulares que põem à disposição instalações de vários tipos. Esta oferta assume tanto um carácter mercantil como, não raras vezes, é feita a título gracioso. 44% dos peregrinos inquiridos dizem utilizar estas casas particulares para a dormida pelo menos uma vez ao longo do percurso, sendo que cerca de 2/3 pagam para o fazer. Os acampamentos instalados pelas instituições referidas acolhem 36% dos caminhantes e, em pensões, dormem pelo menos uma vez apenas 21%. Alguns, muito poucos e em geral homens, dormem em tendas ou carros próprios conduzidos por familiares ou, em alguns casos, por pessoas contratadas.

O recurso a estes expedientes permite considerar que a peregrinação é tanto quanto possível, feita a baixos custos. Apoupança que se pode imaginar que seja conseguida com as dormidas, no entanto, não parece repetir-se com

Quadro 4.3 Peregrinos inquiridos segundo tomada de decisão de peregrinar

Tomada de decisão	Homens		Mulheres		Total (H+M)	
	n	%	n	%	n	%
Sozinho(a)	82	88,2	131	91,6	213	90,3
Na família	7	7,5	7	4,9	14	5,9
Na paróquia	1	1,1	2	1,4	3	1,3
Outras	3	3,2	3	2,1	6	2,5
Total	93	100,0	143	100,0	236	100,0

as despesas relativas a alimentação. Neste particular, predomina o recurso aos restaurantes (72,3%), enquanto o uso do farnel ocorre apenas entre 18,3% dos caminhantes, geralmente os que se fazem acompanhar de familiares em carros próprios.

A forma de organização logística, a partilha da viagem com outros, caminhantes ou não, enfim, o quotidiano vivido da peregrinação, conferem-lhe um incontestável carácter espectacular e popular. Esta dimensão festiva é tanto mais acentuada quanto a peregrinação se desenrola num contexto liminar, propício a transgressão das convenções, à subversão dos códigos socioculturais e, portanto, à emergência de um certo sincretismo religioso e cultural. A par disto, no entanto, o acto de peregrinar, é um ritual socioreligioso com uma forte componente de regeneração moral. Quando se trata de peregrinar a pé, esta componente moral parece ampliar-se em função de inúmeros gestos, expressões e atitudes que vão sendo explicitados ao longo do percurso. A peregrinação é disciplinadora do corpo e um acto de controle de sentimentos e pulsões. Entre os nossos peregrinos, por exemplo, são frequentes as atitudes de austero recolhimento durante a viagem. Não falar, ou falar pouco, evitar fumar, não comer em demasia, dormir apenas o suficiente têm um significado forte que vai para além da concentração e do esforço físico requeridos pelo desempenho da caminhada. Alguns peregrinos pretendem tornar ostensivamente visíveis os sinais da caminhada austera e selam a boca com adesivos, ou não chegam nunca a partilhar o seu esforço com outros e caminham isolados. Muitos há que vão "a pão e água", revelando uma disponibilidade para sujeitar o corpo a privações ampliadas.¹⁶

A distância a percorrer é neste sentido, determinante. Para situações tão diversas como as peregrinações de San Giovanni Rotondo (McKevitt, 1991), ou Jerusalém (Bowman, 1991), é-nos assegurado por recentes investigações que os residentes nas proximidades destes santuários, quando pere-

grinam, o fazem em direcção a outros lugares distantes. Isto traduz a necessidade de uma viagem longa e árdua como forma de sujeição ao sofrimento e de penalização deliberada do corpo, capaz de invocar o poder divino com eficácia.

Religiosidade implícita

O conhecimento da peregrinação a pé a Fátima obriga a considerar de perto o significado religioso que os peregrinos constroem a propósito deste acontecimento. Procede-se de seguida a esta análise, procurando, em primeiro lugar, destacar os modos como os peregrinos-caminhantes gerem a tensão entre a recriação individual e arbitrária do sagrado e os preceitos da religiosidade oficialmente instituída.

O primeiro indicador a que podemos recorrer é o da auto-classificação religiosa. Todos os peregrinos entrevistados se consideram católicos e 86% afirmam-se praticantes. Estes valores, tomados isoladamente, sugerem um elevado nível de adesão e conformidade com o catolicismo. Trata-se, no entanto, de um indicador grosseiro, incapaz de, por si só, dar conta da complexidade e do carácter multiforme da experiência religiosa e mais ainda do modo como ela se articula com a prática da peregrinação.

Impõe-se, portanto, uma análise mais aprofundada das formas que assumem as crenças e as práticas religiosas dos peregrinos, por referência ao sistema teológico e ao grupo religioso com os quais dizem identificar-se. Procedemos, para este efeito, com base nas técnicas de análise hierárquica, à construção de duas escalas de atitudes que consideram as duas dimensões principais da experiência religiosa: as práticas e as crenças dos indivíduos.¹⁷ Cada uma destas escalas combina um conjunto extenso de indicadores, cuja leitura comparada permite interpretar de uma forma mais consistente a religiosidade tal como é vivida pelos actores. Assim, foram utilizados os seguintes indicadores:

a) *Escala de práticas*

- 1 / Frequência com que o indivíduo comunga
 - 2 / Frequência da ida à missa
 - 3 / Prática de oração
 - 4 / Ser ou não baptizado
 - 5 / Apelo ao padre em caso de risco de vida (extrema unção)
 - 6 / Desejo de funeral religioso
 - 7 / Importância (subjectiva) do casamento religioso
 - 8 / Importância (subjectiva) do baptismo das crianças
- [Os indicadores 1 a 6 dizem respeito a práticas concretas ou eventuais; os indicadores 7 e 8 referem-se a opiniões sobre sacramentos.]

- b) *Escala de crenças*
- 1 / Crença no Inferno
 - 2 / Crença no Diabo
 - 3 / Crença no Purgatório
 - 4 / Crença no Julgamento Final
 - 5 / Crença no Pecado Original
 - 6 / Crença na Santíssima Trindade
 - 7 / Crença no Céu
 - 8 / Crença na Presença de Cristo na Eucaristia
 - 9 / Crença na Imaculada Concepção da Virgem Maria
 - 10 / Crença nos Milagres
 - 11 / Crença na Ressurreição de Cristo
 - 12 / Crença na Vida após a Morte
 - 13 / Crença no facto de Jesus Cristo ser Filho de Deus
 - 14 / Crença na Existência de Deus

As respostas obtidas para cada um destes indicadores foram dicotomizadas *a posteriori*, com base nos resultados globais alcançados. Esta dicotomização foi feita atribuindo a cada resposta uma valência positiva ou negativa, consoante a alta ou baixa adesão à prática ou à crença testada pelo indicador.

Construídas as escalas deste modo, calcularam-se, de seguida, os *valores de escala* de cada indivíduo (número total de respostas positivas ao conjunto das questões que constituem a escala) e a *expressividade* de cada indicador (a percentagem de indivíduos que respondem positivamente). Das medidas obtidas, a primeira permite medir o grau de religiosidade, isto é, de *adesão de cada indivíduo* ao sistema de crenças e práticas características do catolicismo. A segunda medida, por seu turno, permite hierarquizar os vários indicadores entre si e determinar, em profundidade, a natureza e o sentido das *convicções religiosas do conjunto dos indivíduos*.¹⁸

Começamos por analisar os *valores de escala* obtidos pelos peregrinos inquiridos. Tendo em conta o número de indicadores utilizados, os *valores da escala* das práticas podem variar de 0 a 8, e os da escala de crenças de 0 a 14. Para facilitar a comparabilidade, em cada uma das escalas reagruparam-se os respectivos valores em 5 categorias, ordenadas de 0 a 4:

<i>Escala de práticas:</i>	0 = 0+1	<i>Escala de crenças:</i>	0 = 0+1
	1 = 2+3		1 = 2+3
	2 = 4+5		2 = 4+5+6+7
	3 = 6		3 = 8+9+10+11
	4 = 7+8		4 = 12+13+14

De uma forma geral, as respostas dos peregrinos inquiridos sugerem elevados índices de religiosidade, tanto ao nível das práticas, como ao nível das

crenças. Os *valores de escala* médios são de 3,2 (6,3 na escala de 0 a 8) para as práticas e de 3,4 (11,1 na escala de 0 a 14) para as crenças. Estes *valores de escala* tendem a aumentar com a idade. Do mesmo modo, as mulheres e os reformados registam, em média, *valores de escala* superiores aos homens e aos activos, respectivamente.

Por outro lado, os *valores da escala* relativos às práticas religiosas variam inversamente com os níveis de instrução: à medida que estes aumentam, diminui a intensidade das práticas religiosas dos caminhantes. Na escala de crenças regista-se uma variação diferente: os valores mais elevados concentram-se nos indivíduos com mais altos e mais baixos níveis de instrução. É nos níveis intermédios (ensino preparatório e unificado) que se registam os mais baixos valores na escala de crenças.

Esta é ainda uma análise pouco elucidativa do comportamento religioso dos peregrinos-caminhantes. Em termos globais, e tal como havíamos já notado em relação à auto-classificação religiosa, o que se observa é que as percentagens de respostas positivas a cada um dos indicadores são extremamente elevadas,¹⁹ quer quando comparadas, por exemplo, com os valores registados por Guy Michelat (1990) para a atitude religiosa da população francesa, quer quando comparadas com os resultados dos diversos levantamentos realizados a propósito das práticas religiosas da população portuguesa.²⁰

Neste sentido, mais interessante e reveladora é a análise da hierarquia construída entre os vários indicadores no interior de cada escala (*expressividade* dos indicadores) e a comparação entre práticas e crenças religiosas.

A figura 4.1 mostra o modo como se hierarquizam os vários indicadores das práticas religiosas. Como se pode observar, quatro destes indicadores destacam-se claramente do conjunto pelo número elevado de respostas positivas que obtêm. Estão neste caso o facto de se ser baptizado, o desejo de ter um funeral religioso, a valoração subjectiva do baptismo e a importância do casamento religioso. Ora estes indicadores referem-se a ritos de passagem socialmente instituídos e fortemente arraigados na sociedade portuguesa, que não requerem por esse motivo uma mobilização de firmes convicções religiosas, sendo antes regidos por critérios festivos e cerimoniais. A forte adesão manifestada não deve, portanto, ser interpretada como indiciadora de uma prática religiosa intensa.

Um segundo grupo de indicadores obtém, em contraste, um número muito mais baixo de respostas positivas. É o caso da frequência da ida à missa, do desejo da extrema unção, da comunhão e da participação em grupos ligados à Igreja. São indicadores que remetem para uma maior adesão e envolvimento em rituais católicos oficializados e periódicos que implicam a mediação do clero e o respeito pela ortodoxia eclesiástica. Tratando-se de valores bastante inferiores aos níveis declarados de auto-classificação religiosa, vêm revelar uma descoincidência entre aquilo que os inquiridos declaram e a sua prática efectiva.

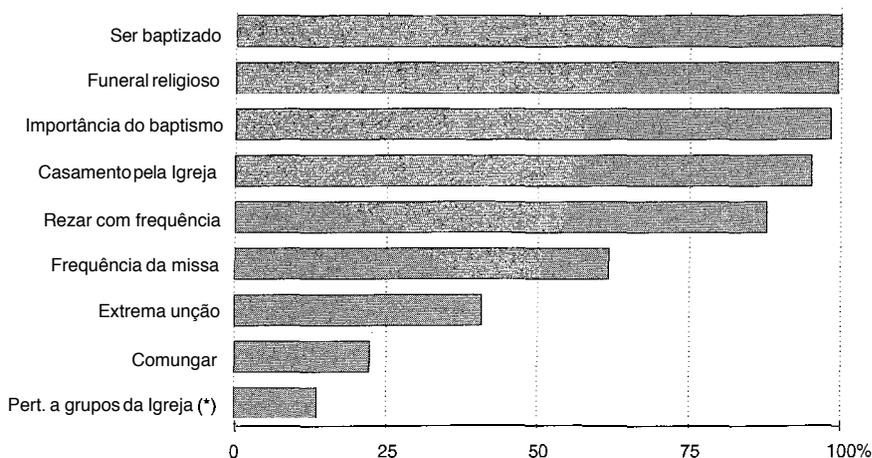


Figura 4.1 Respostas com valência positiva aos indicadores de *práticas religiosas* (em %) Nota: o último destes indicadores não foi incluído na escala de crenças. Acrescenta-se aqui, porém, por ser também indicativo da adesão as actividades ligadas a Igreja.

Exceptuados os valores relativos aos quatro ritos de passagem referidos acima, o indicador de maior expressividade é a prática da oração. Com efeito, enquanto que, por exemplo, apenas cerca 62% dos inquiridos vão semanalmente à missa, ou 22,5% comungam regularmente, 87,3% rezam frequentemente (todos os dias ou várias vezes por semana). Dada a natureza íntima e de recolhimento em que é praticada a oração, é legítima a conclusão de que a prática religiosa dos peregrinos inquiridos tende a ser assumida de modo individualizado e privatizado, isto é, à margem do enquadramento eclesial formal. Esta ideia, aliás, é consonante com o facto de a peregrinação, enquanto acto religioso, só muito excepcionalmente ser decidida na paróquia, de ela se auto-justificar, ou seja, se esgotar em si mesma, e de, por fim, os peregrinos, enquanto caminhantes, não participarem, ou participarem muito pouco, nas cerimónias oficiais do santuário.²¹

As crenças religiosas, por seu turno, hierarquizam-se em três grandes agregados. O primeiro, aquele que regista maiores níveis de adesão, engloba o que designaríamos por crenças redentoras. São crenças que estão em consonância com o sentido de resgate atribuído à peregrinação, dando suporte simbólico à conversão do sacrifício num acto de purificação e à invocação da intervenção divina. O segundo e o terceiro destes agregados referem-se ao que designaríamos, respectivamente, por crenças de *juízo*, as que enunciam a impotência da acção dos indivíduos perante os dogmas, e por crenças punitivas, as que disciplinam pelo temor, culpam e penalizam o comportamento transgressivo.

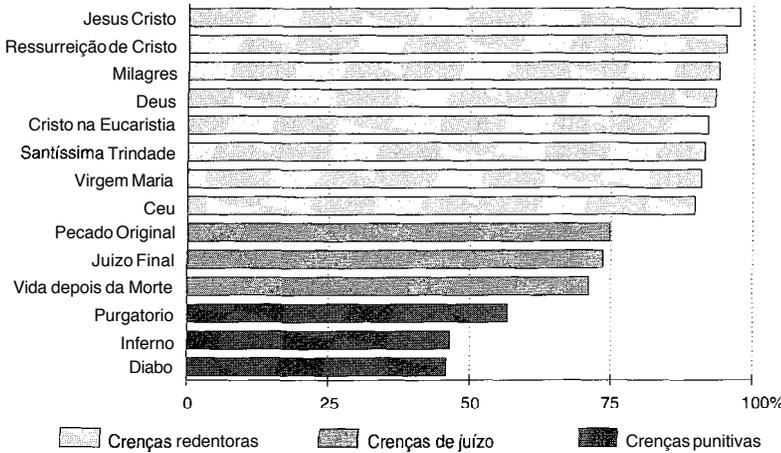


Figura 4.2 Respostas com valência positiva aos indicadores de *crenças religiosas* (em %)

No seu conjunto, a adesão a estas crenças religiosas, como se pode verificarna figura 4.2, tende a diminuir a medida que aumenta o seu carácter penalizante. Pode inferir-se daqui que é profundamente optimista a religiosidade dos caminhantes. Na verdade, mais do que o temor pela punição, o que as suas crenças manifestam é, acima de tudo, fé numa divindade generosa e benfazeja, com a qual estabelecem uma relação directa e não mediada.

Não surpreende, portanto, que o grau de adesão as crenças, sobretudo as crenças redentoras, seja superior ao grau de adesão as práticas. À excepção da oração, as práticas acerca das quais os caminhantes foram inquiridos implicam sempre um mediador. Ora são justamente as práticas religiosas mediadas aquelas que, pelo seu carácter fortemente ritualístico, menos esclarecem sobre a capacidade individual de gestão da religiosidade dos sujeitos. A intensidade da prática frequente da oração, entre muitas outras expressões da actual transformação do fenómeno religioso, revela-se então de particular acuidade para um melhor entendimento das práticas religiosas e das motivações que lhes presidem em sociedades que tendem a secularização e a privatização dos modos de expressão da religiosidade. O que está em causa é a necessidade de uma melhor compreensão das formas de religiosidade em que o sentido da experiência individual se constitui para além da esfera pública e institucional, assumindo-se como *religiosidade implícita* (Bailey, 1983).

As implicações daqui decorrentes são simultaneamente teóricas e metodológicas. Em nosso entender, enquanto continuarem a fazer as perguntas heurísticamente menos interessantes e a oferecer as respostas mais convencionais, os estudos sobre o lugar da religião na sociedade contemporânea

pouco ajudam a elucidar aquelas transformações. Em Portugal, são ainda poucos e de fraca visibilidade os estudos que buscam formas mais inovadoras de abordagem do fenómeno religioso, nomeadamente no que respeita às intrincadas relações entre sociedade e religião e que as sujeitem a um quadro analítico capaz de ultrapassar as interpretações mais correntes e gerais acerca daquelas relações.

Motivações: entre o altruísmo e o egoísmo

No imaginário peregrínico, os dividendos a recolher são, em primeiro lugar, favores materiais para a vida. Nesta orientação materialista da promessa, os caminhantes, quando interrogados acerca dos motivos da peregrinação, fazem destacar a busca de uma solução para a enfermidade e a doença (quadro 4.4). Esta é uma opção claramente destacada das restantes. Vem depois, e com um valor muito inferior, um pedido ou agradecimento relativo à vida militar (o Ultramar incluído) e, em terceiro lugar, um apelo no amparo à gravidez. Os problemas familiares e os problemas económicos são, respectivamente, os quarto e quinto motivos assinalados de promessa.²²

O conteúdo destas respostas ganha maior significação quando cruzado com o destinatário da promessa, tratado no quadro 4.5. Neste quadro, onde se pretende ilustrar se a promessa é enunciada em benefício próprio ou de terceiros, encontramos promessas de natureza predominantemente egoísta e promessas de natureza predominantemente altruísta.

O destinatário da promessa é na maioria dos casos o outro, normalmente um familiar. Numa lógica da promessa que privilegia a vida material e que, portanto, tenderá a fazer sobressair uma dimensão individual e egoísta, este facto torna o peregrino um altruísta inesperado. As mulheres são, no entanto, as grandes responsáveis pelo nível de altruísmo detectado, pois que 67% das inquiridas declaram ter feito a promessa em benefício de outrem. Já entre os homens a promessa assume maioritariamente um carácter individualista: 62% declaram fazer a peregrinação em benefício próprio, enquanto apenas 38% o fazem altruisticamente. Sendo que esta discrepância de valores entre os dois sexos não se deve a uma distorção da amostra,²³ este maior altruísmo das mulheres na peregrinação não surpreende, sobretudo se tivermos em conta as interpretações segundo as quais, em regra, as mulheres, mais que os homens, tendem a manifestar atitudes e comportamentos mais orientados para o outro (Gilligen, 1982).

O facto de a doença, o parto, as questões familiares e mesmo a tropa ocuparem uma elevada valoração no imaginário popular em geral e, em particular, entre as camadas sociais de níveis inferiores de instrução como os nossos inquiridos, obriga a relativizar a importância do altruísmo detectado na peregrinação. Neste sentido, deve mesmo ter-se em conta que o carácter

Quadro 4.4 Peregrinos inquiridos segundo os motivos da peregrinação (em %)

Motivos	H	M	H+M
Doença	52,4	64,2	59,7
Tropa	12,2	6,7	8,8
Gravidez	9,8	3,7	6,0
Problemas familiares	4,9	6,0	5,6
Problemas económicos	3,7	6,0	5,1
Escola	3,7	3,7	3,7
Outros	13,4	9,7	11,1
Total (N=216)	100,0	100,0	100,0

Quadro 4.5 Peregrinos inquiridos segundo os motivos e destinatários da promessa (em %)

Motivos	Destinatários (%)	
	Próprios	Outros
Doença	33,6	66,4
Tropa	52,6	47,4
Gravidez	23,1	76,9
Problemas familiares	60,0	40,0
Problemas económicos	90,9	9,1
Total (N=216)	43,8	56,2

altruísta da promessa quase desaparece quando o pedido visa problemas económicos específicos, como os que surgem mais recorrentemente e que dizem respeito à construção de casa própria, à procura de emprego, ao receio da falência económica ou ao sucesso de emigrantes.

Estradas e Santuários: uma economia de troca religiosa

Alcançar o santuário é a razão de ser da peregrinação e nisto se plasma a decisão de peregrinar. Este móbil, ainda que subsidiário de motivações particulares, é largamente sujeito ao processo de personalização do lugar sagrado. Neste sentido, enquanto objectivo a alcançar, *o santuário justifica e confere sentido à estrada.*

Émile Durkheim (1960) elaborou sobre esta questão, fazendo notar que o facto de estarem ainda vivas pessoas eleitas, santificadas ou simples videntes confere ao lugar de culto uma dimensão histórica e social muito concreta e próxima da vida real. O Santuário de Fátima, dada a sua história recente, seria assim um destes lugares "autênticos" do sagrado em que, por ainda não se ter operado por completo o que Weber chamaria de "espacialização do carisma", o seu magnetismo de devoção depende em grande parte da percepção do peregrino sobre esta história recente, simbolicamente justificada por uma vidente ainda viva. Deste ponto de vista, Fátima contrasta com Jerusalém, Lourdes ou San Giovanni Rotondo, por exemplo, onde está consumada a espacialização do sagrado e a regulação burocrática da administração eclesiástica sobre o lugar se exerce por inteiro, de modo praticamente indisputado. Estes lugares tendem a surgir distantes do elemento religioso vivido, sendo percebidos como espaços atemporais, ahistóricos e associiais.

No caso de Fátima, não é ou não é ainda, o Santuário que se impõe tão absolutamente ao caminhante. Ao contrário, pensamos que é o caminhante que constrói e se impõe ao santuário. Dito de outra maneira, o peregrino de Fátima interpreta o Santuário de modo próprio, conferindo-lhe e sujeitando-o a diversas percepções e significados.

A já referida presença fugaz do peregrino no Santuário após a caminhada é um dos efeitos desta gestão individual do significado e do simbolismo do santuário. Este é apropriado pelos caminhantes, sem que o sejam o cerimonial litúrgico imposto pela administração e a sua cadência. Neste sentido, o santuário é objecto de configurações cognitivas, discursos e modos de percepção diversos.

Cruzam-se nele dois discursos principais e quase totalmente autónomos: por um lado, o discurso eclesiástico do *staff*, compartilhado por alguns peregrinos, que enaltece a mensagem redentora do sacrifício como réplica da crucificação de Cristo; por outro lado, o discurso típico dos peregrinos-caminhantes que destaca a promessa e o milagre. Para o primeiro destes discursos, os milagres podem ocorrer mas não devem ser o objectivo central da peregrinação. O segundo é um discurso carregado de dramatismo, em busca de um favor ou de um sinal da acção divina, como é de resto, dramático o seu suporte, em torno da promessa paga com o sacrifício da caminhada. No seu confronto, não é fácil estabelecer qual destes discursos hegemona o outro, se algum o chega a fazer. Porém, o discurso oficial eclesiástico parece ser aquele que mais problemas tem em se tornar dominante, pois que a referida *autenticidade* do lugar, atestada pela sua *história social* recente e pela *presença simbólica* de uma vidente ainda viva, impõe inúmeras dificuldades para uma instituição burocrática e fortemente centralizada como a Igreja Católica (Berger, 1973). Pode assim admitir-se que são os elementos discursivos dos caminhantes e as suas formas de percepção que tendem a impor-se neste

grande festival simbólico e religioso que é a peregrinação a pé. Neste sentido, é a estrada que justifica e confere sentido ao santuário.

Maldições e graças, bênçãos e juras, conjuntamente com outras expressões verbais como "pedir", "rezar" ou "agradecer" pressupõem uma atitude de confiança, veneração e agradecimento que se concretiza no próprio acto de peregrinar. Simultaneamente, a peregrinação é também uma atitude de submissão, de humildade, senão mesmo de auto-humilhação. Estas atitudes colocam o peregrino numa dupla condição: o *peregrino-objecto*, que se sujeita aos rigores do viático a percorrer numa acção de reconhecimento do divino, e o *peregrino-sujeito*, que insinua a sua presença como merecedora e credora de retribuição e benesse divina.

A peregrinação surge assim como expressão de uma ideologia religiosa mercantilizada. Tanto o discurso do sacrifício como o discurso da promessa e do milagre se mercantilizam. Nesta "bolsa da economia religiosa", como lhe chamariam John Eade e Michael Sallnow (1991:24), não nos deteremos aqui no lado da mercantilização do discurso do sacrifício, típico da entidade eclesial. Quanto ao discurso do peregrino-caminhante, ele contrasta com o espírito desinteressado da dádiva. Na maioria dos casos, o motivo dominante é um pedido a divindade padroeira do Santuário, legitimado pelo simples facto de se ter feito a viagem. O santuário é então o lugar da troca e a divindade, não o clero, a mediadora. Todo aquele que oferece ostensivamente o seu tempo ou sacrifica o seu corpo, entrega o seu trabalho e/ou o seu dinheiro reconhece-se automaticamente em condição de recolher dividendos e retornos.

O que importa fazer ressaltar daqui é o facto de a peregrinação e a promessa religiosa serem usadas como moeda de troca para a satisfação das condições materiais da vida. Esta secularização do factor religioso pelo peregrino-caminhante é em nosso entender, um indicador da tendência para a marginalização das componentes mais ritualizadas e institucionalizadas da religião e do correspondente aumento da capacidade de auto-gestão da religiosidade pelos sujeitos que, de acordo com estudos recentes, se tem vindo a acentuar na sociedade portuguesa (Almeida, 1990).²⁴

A caminhada dos peregrinos é, em si e entre outras manifestações, uma concretização, dir-se-ia suprema, desta auto-gestão da religiosidade. O seu carácter austero e sofredor instaura uma relação particular com o sagrado, percebido e apropriado à revelia dos cânones convencionais do catolicismo moderno. O corpo, enquanto suporte físico da peregrinação, é a agência do sofrimento. Mas o corpo em vida é necessariamente frágil, imperfeito e doente e a sua sujeição ao viático é convertida em condição da sua própria redenção. O sacrifício físico, auto-flagelante a que o peregrino sujeita o seu corpo pode ser entendido como meio de o tornar digno da sua alma miserável e pecadora. Não se trata, portanto, como vimos antes, de um sacrifício desinteressado. A dádiva do caminhante é meramente ficcional.

Por detrás dela revela-se a busca de equilíbrio psicoemotivo e justifica-se a invocação do divino. Mas interesseiramente, dir-se-ia, tendo em conta o carácter materialista das motivações enunciadas como subjacentes à peregrinação a pé.

A peregrinação paga um sinal, uma benesse, um favor. No próprio acto de peregrinar, um rito de passagem não esqueçamos, o devedor transmuta-se em credor, na justa medida em que o pagamento da dívida se converte em crédito para o futuro. O peregrino, pela sua experiência e pela sua forte crença, pode assim auto-promover-se à condição de favorito da divindade. Pode voltar a pecar e, de novo, voltar a redimir-se, sacrificando-se. Sacrifica-se e penaliza-se o corpo tanto para pagar favores e benesses passados, como para receber favores e benesses futuros. De preferência, favores e benesses materiais em vida. Se não, espirituais na morte.

Parte III
PAISAGENS

[Página deixada propositadamente em branco]

Capítulo 5
PAISAGENS OLFACTIVAS
A construção da sociedade *trompe-nez*

Com frequência tenho notado como [os odores] me modificam e alteram o meu estado de espírito...
[Montaigne, "Des Senteurs", *Essais*]

A redução gradual da importância social do olfacto que tem acompanhado o processo civilizacional deriva, antes de mais, da fuga do homem à animalidade e ao poder do horror do detrito nauseabundo, origem imaginária da doença e da morte. Para esta despromoção social do olfacto, corolário do acentuado definhamento dos odores na sociedade, foram decisivas a dominação do medo social, a invenção do pudor e a gradual higienização do corpo e da salubridade das cidades e dos espaços públicos. Aos poucos, tranquilizaram-se consciências e fomentaram-se a ordem e a estabilidade sociais que, para o imaginário colectivo pré-moderno, o miasma não parava de ameaçar.

Tudo isto só foi possível com a construção de uma nova noção de identidade, tanto social como estética e moral do homem moderno, para o que foi decisivo o debate das ideias. A filosofia kantiana, que transporta uma noção moderna da pessoa como consciência individual, conclui pela inutilidade da cultura desse sentido ingrato do olfacto, muito mais apto a constranger-nos do que a dar-nos satisfação. Com Hegel, acentua-se a desqualificação estética dos odores que, fugazes e ambíguos, distorcem o auto-conhecimento e a relação com o mundo exterior. Alguns pensadores do século XVIII, contudo, surgiram em defesa dos odores, com destaque para Rousseau, Diderot, Condillac e Fourier que procuraram conferir-lhe uma dignidade teórica, poética e literária.¹ Foi o Nietzsche de *Ecce Homo*, e de *Anti-Cristo*, no entanto, quem, apostado na crítica aos pensadores idealistas e aos ideólogos do cristianismo, produziu a denúncia mais virulenta dos filósofos "sem nariz" e procurou atribuir verdade filosófica e moral ao olfacto, veículo central para a identificação da infâmia, da hipocrisia e da decadência, ao reivindicar e fazer valorizar um sentido próprio da animalidade humana (leGuéner, 1987; 1998).

O reconhecimento nietzschiano de que não há génio sem narinas, porém, não colheu eco, nem científico nem estético, e sucumbiu perante a avalanche psicanalíticafreudiana dos anos 30 deste século. Para esta última, a "verticalização" do *homo sapiens*, início da civilização, ao mesmo tempo que impunha limites inexoráveis à importância do olfacto, havia de passar a sustentar a preponderância do sentido visual para o estabelecimento e a durabilidade da relação sexual.

Somos assim, hoje, uma sociedade destinada a eliminação dos odores, como diria Ruth Winter (1978), em que os espaços públicos são extensivamente desodorizados e indiferenciados, perdendo-se, em consequência, uma das principais fontes da variedade da vida social pré-moderna. A administração da "revolução olfactiva" que vigora desde o século XVII, tem reduzido substancialmente o espectro dos odores a que somos expostos. A partir do trabalho de Jean-Noel Hallé, responsável pela higienização de finais do século XVIII das margens do Sena (Corbin, 1982), a racionalidade e a tecnologia modernas não têm parado de eliminar odores reais e efeitos presumidos. Este é sem dúvida um pesado tributo imposto a civilização que oculta e silencia o odor. A imaginação socioliterária de Patrick Suskind, sustentada aliás pela evidência histórica produzida por Alain Corbin, encerra, no contraste implícito, um dos mais vivos exemplos desta assepsia da vida social da modernidade, que vale a pena recordar:

Na época a que nos referimos [meados do século XVIII] dominava nas cidades um fedor dificilmente imaginável para o homem dos tempos modernos. As ruas tresandavam a lixo, os saguões tresandavam a urina; ... as chaminés cuspiam um fedor a enxofre; ... as pessoas tresandavam a suor e a roupa por lavar; as bocas tresandavam a dentes podres;... os rios..., as praças..., as igrejas tresandavam... o camponês cheirava tão mal como o padre, o operário como a mulher do mestre artesão,... o próprio rei cheirava tão mal como um animal selvagem e a rainha como uma cabra velha;... não existia, assim, qualquer actividade humana... que estivesse isenta da companhia do fedor (Suskind, 1986: 9-10).

Os processos de pavimentação de ruas e caminhos, o saneamento de rios, habitações e cidades, a ventilação de lugares públicos (escolas, fábricas, hospitais, prisões e estações de metropolitano, etc.), fazem-nos imaginar como, pela negativa, os odores foram responsáveis por profundas transformações arquitectónicas e intensas buscas, nem sempre conseguidas, de meios neutralizadores da sua influência no domínio público. Por volta dos meados do século XVIII, o comum odor corporal passou a ser desagradável e a própria palavra cheiro ganhou tonalidades pejorativas. Na sociedade que se assepsia só a indigência e o (mau) cheiro são marginalizados e a pobreza toma-se sinónimo de miasma e é estigmatizada (Dobb, 1989).

A gramática do cheiro

Mas o que são os odores? São constituídos por moléculas voláteis que, captadas por minúsculas células receptoras (cílios), se instalam na mucosa nasal. Num intenso processo de reprodução constante (substituem-se em cada trinta dias), cerca de cinco milhões destas células, flutuantes como anêmonas presas ao coral, disparam constantes impulsos olfactivos em direcção ao bolbo olfactivo. Estimulado, este envia as suas impressões e mensagens à região límbica do cérebro - o centro nevrálgico dos nossos pensamentos, emoções e memória. A estimulação intensa deste sistema límbico pode produzir paragens do raciocínio lógico, pelo que os cheiros activos podem sugerir momentos de *transição* de um estado emocional para outro (Howes, 1987).

Mas nem tudo cheira. Somente substâncias suficientemente voláteis para exalarem partículas microscópicas. A perda da volatilidade das moléculas na ausência de gravidade tem criado complicações aos nutricionistas espaciais na definição da dieta de astronautas, uma vez que o gosto da comida depende largamente do seu cheiro (Howes, 1987). Pelo critério da volatilidade das moléculas é admissível que a temperatura ambiente condicione os odores, preservando-os mais nos países frios, enquanto que o calor e o sol os dissimulam rapidamente (Gibbons, 1986).

Nem tudo o que exala cheiro pode ser captado por nós. Aos nossos cerca de 5 milhões de cílios escapa um infindável mundo de odores que outros seres por certo captarão com os seus 200 a 220 milhões de células receptoras (Gibbons, 1986: 339). Ainda bem, ou ainda mal, que assim é poderá dizer-se, atendendo, por um lado, a que dos cerca de 400 000 elementos odoríficos, apenas 20% podem ser considerados agradáveis (T. Hamanzu, *cit. in* Porteous, 1985) e, por outro, a que estamos hoje olfactivamente atrofiados.

Os odores corporais, aqueles a que o homem moderno é mais sensível na intimidade, são os cheiros dos ácidos produzidos por bactérias que metabolizam as secreções da pele. Aqueles, normalmente tidos como mais repelentes, derivam das glândulas geralmente mais concentradas nas axilas e na região púbica, activadas em momentos de particular irritação, excitação ou medo. Os homens têm mais e maiores dessas glândulas. Uma vez que as glândulas da pele segregam derivados do que comemos, a nossa dieta alimentar afecta em grande parte os nossos odores corporais (Gibbons, 1986).

Ainda que desvalorizado socialmente, o olfacto conserva uma grande pertinência cultural, dada a sua influência sobre a memória, as emoções e os sentimentos. Deste modo se compreende que, apesar do generalizado desprezo social a que fora sujeito, tivessem surgido, no século XIX, numerosos estudos sobre o olfacto. Em grande parte, estes estudos foram alimentados precisamente pela crença que sustentava existir nos cheiros emanados pelos organismos putrefactos uma fonte de doenças, como a cólera e

outras epidemias. O olfacto podia, deste modo, revelar-se um instrumento sensível de avaliação da doença e da morte. Na verdade, antes da actual era de alta tecnologia biomédica, os médicos faziam uso corrente de todos os seus sentidos, nomeadamente do seu olfacto, para diagnosticar a doença (Gibbons, 1986). Com efeito, de novo socorrendo-nos do romance de Suskind (1986: 15), vamos encontrar Terrier a afirmar que "toda a gente sabe que uma criança com bexigas cheira a bosta de cavalo; que se tiver escarlatina cheira a maçãs sorvadas e que, quando sofre de tuberculose, cheira a cebolas". Ainda hoje, note-se de passagem, a medicina recorre aos odores para identificar a gravidade do estado do doente traumatizado.

Os cheiros sugerem, estimulam associações e evocações, assustam, excitam e irritam. Revelam-se tanto como categoria quanto como linguagem que, no dizer de Georges Balandier (1988), deixam perceber "a saúde e a doença, o amor e a morte, o bem e o mal, as preferências e as repulsas". No entanto, são informes, contínuos e indizíveis. Anomeação dos odores, sem poder ser feita de modo autónomo, exige a identificação das suas características, nomeadamente a visualização (directa ou abstracta) da sua causa ou a contextualização dos seus efeitos. É assim que, regularmente, identificamos os odores: o cheiro da rosa (fonte) ou o cheiro nauseabundo (efeito) (Falk, 1994: 41). É impossível a sua classificação racional, ao contrário do que podemos fazer com as cores ou os gostos. Os cheiros ou repelem ou atraem e a impotência da linguagem para traduzir as sensações odorantes, apesar de indicar o estatuto de inferioridade do olfacto no conjunto dos sentidos humanos, continua a fazer-nos pensar sobre os obstáculos civilizacionais e a dependência do homem perante o mundo exterior se este sentido tivesse predominado entre o conjunto dos instrumentos de percepção e tradução da realidade social e ambiental (Corbin, 1982). Basta pensar nos efeitos sociais da sexualidade humana fosse esta dependente apenas do estímulo sexual captado pela mensagem olfactiva das feromonas, como sucede com a generalidade dos mamíferos (Galopin, 1986). Ao contrário da linguagem, as ligações entre odor e memória são extensas e transportam-nos para longos tempos e distâncias (Ackerman, 1999), sendo Proust, neste particular, um caso apenas, embora especial, da associação dos odores como reconstituição do passado.

Odores e modernidade

Com os avanços das práticas higienistas, o sujeito moderno ganha uma extrema auto-consciência do seu corpo e depressa se mostra intolerante para com os odores dos outros. O repentino abaixamento do limiar aversivo do homem moderno tem efeitos sociológicos directos no reforço da individualidade e na constituição do espaço privado. Os odores deixam de poder exercer qualquer mediação entre os sujeitos e, ao nível das relações sociais,

o homem moderno surge como indivíduo isolado e separado. Com a atrofia dos odores, a sensibilidade individual moderna restringe-se na percepção à distância, para se intensificar nas proximidades sociais. Esta anosmia social moderna que nos força a reconhecer apenas aquilo que está próximo, no entanto, traduz-se numa hiper-sensibilidade geral. O sujeito moderno, de olfacto biológico apurado e sensibilidade fina, frequentemente, depara-se com mais situações repulsivas do que agradáveis e reage subjectivamente às mensagens odorantes de forma muito mais intensa e aguerrida do que o seu antecessor pré-moderno. O odor, e muito particularmente o odor corporal, aquele que mais pode invadir a intimidade individual moderna revela-se, deste modo, um elemento constitutivo da moderna individualidade dos sujeitos, o que, no dizer de Georg Simmel (1981: 237), justifica que se apresente como um "sentido desagregador ou anti-social por excelência".

O que está contido nesta individualização das sensibilidades olfactivas é na verdade, uma capacidade de segregação e de discriminação social que a modernidade veio reforçar. Para além de toda a atitude repulsiva que os odores podem suscitar e do imaginário do medo colectivo da doença ou da morte que ainda conservam, os odores contribuem para o estabelecimento de fronteiras e clivagens sociais e raciais. Neste sentido, pode interpretar-se o longo processo de desodorificação dos espaços e lugares públicos como uma tentativa de reforço da integração social e do estabelecimento de uma regulação olfactiva de carácter socialmente inclusivo. Aquilo que se diz do espaço público pode dizer-se também para o domínio das relações privadas e pessoais. A admissão do outro na paisagem olfactiva que frequentamos requer que aquele perca ou, ao menos, dissimule aquilo que o separa ou afasta da regra (olfactiva) dominante. Só assim se pode controlar o elemento desconhecido, e, por isso, socialmente desconfortável, que o odor do outro comporta. Os odores são, por isso, socialmente ordenadores.

A moderna indústria dos perfumes, que veremos de seguida, ao mesmo tempo que veio facilitar a eliminação ou a redução das clivagens sociais que os odores estipulam, não deixou de pôr a claro mecanismos de classificação e discriminação social por via olfactiva.¹ Os grupos e classes sociais mais desfavorecidos, para escaparem à sua condição, podem ser tentados a adquirir perfumes que, no entanto, devido ao seu custo inferior, continuam a ser classificados como "vulgares" pelos grupos e classes sociais superiores. O perfume, como qualquer outro produto de consumo, não é obviamente, neutro nas suas significações sociais e simbólicas. Está também sujeito a codificações do gosto e revela um sentido estratégico da acção e da discriminação social. A interiorização da discriminação olfactiva pode significar uma condição alienante, a partir do momento que em sujeitos e grupos sociais abdicuem da sua "animalidade" (no sentido que lhe conferia Nietzsche) e procurem disfarçar ou eliminar o seu próprio odor, como requisito da sua inclusão social.

Apesar da idiosincrasia do olfacto e da acentuada simbologia individual dos odores, é frequente a disposição para conferir ao odor alheio ou ao cheiro do mundo exterior, um estatuto próprio capaz de nos invadir e contagiar colectivamente. "Qualquer que seja o odor, dizia de Montaigne nos seus *Ensaïos*, é impressionante como ele entra em mim e como a minha pele se dispõe a absorvê-lo" (Montaigne, 1937: 307). Também na obra de Süskind, Jean-Baptiste Grenouille, o herói do romance, sujeito inumano que não via, não escutava, nem sentia nada, no entanto, fora de uma sensibilidade olfactiva fora do vulgar e, por isso "chegava-lhe unicamente o cheiro da madeira que subia em seu redor... Ele bebia este cheiro, embriagava-se nele, impregnava-se por todos os poros até ao fundo de si, ele próprio tornava-se madeira" (Suskind, 1986: 28).

O cheiro modifica-nos, transporta-nos, prepara-nos para a contemplação. Por isso, vários estudos asseguram que a queima de incensos e a difusão dos odores *per fumum* — o estratagema clássico de odorificação dos ambientes — que acompanham muitos rituais religiosos favorecem a comunhão inter-subjectiva. Mas também outros contextos, que não apenas os rituais religiosos, surgem como momentos de sincronização reactiva dos sujeitos. Neste sentido, são conhecidos os estudos de Martha McClintock que, em Massachusetts, foi capaz de registar a tendência para a sincronização dos ciclos menstruais das jovens que partilhavam o dormitório do Wellesley College (Dobb, 1989). Os cheiros são, assim, veículos de transição na vida, como são também reveladores dos nossos estados emocionais e, por que não dizê-lo, revelam-se também na nossa própria morte.

Esta partilha colectiva do sensível, no entanto, tende a ser negada pelo espírito da modernidade. A negação dos odores sociais, documentada por autores como Lucien Febvre (1942), Norbert Elias (1989) e Alain Corbin (1982) pode ser o corolário lógico da preocupação moderna com a continua ameaça que recai sobre a vida individual. A nossa negação do estado de transição provocado pelos odores colectivos de que se faz acompanhar a noção de *self*, explica, para além do mais, a intolerância perante a morte (transição) nas sociedades ocidentais, tão bem ilustrada por Phillipe Ariès (1975) ou Norbert Elias (1987). Também na morte nos individualizamos, o que pode justificar que só nos meados do século XVIII se tenha passado a reivindicar sepulturas individuais, o que, para além de outros sinais, pode ser visto como meio de eliminar a pestilência que emanava dos cemitérios e das valas colectivas. Aquilo que era no princípio um argumento de higiene, depressa se converteu num imperativo moderno de dignidade humana (Corbin, 1982).

Existem áreas, porém, onde a revolução olfactiva não produziu os mesmos efeitos dissipadores. A zona fabril e o bairro operário adjacente ou as franjas habitadas dos centros poluídos das cidades parecem resistir, se não mesmo levar de vencida, a histórica tendência para a negação social dos odores, a perda da "animalidade" e o refinamento civilizacional. Isto apesar

de podermos cartografar os odores e identificar os seus espaços individualmente, como salas de fumo, hospitais, fábricas... O que é hoje, um mau cheiro para um bairro urbano? Por certo uma potencial queixa em tribunal, ou pelo menos uma provável redução do valor dos bens imobiliários. A capacidade cultural de ordenar e relacionar espacialmente os odores permite, à semelhança do que sucede com as sonoridades urbanas (cf. capítulo 6), que se fale de campos e paisagens olfactivas para traduzir, respectivamente, a sua origem ou fonte emissora e a percepção do modo como se encadeiam espacialmente os odores. Embora não se distribuam ao acaso, os odores, como as sonoridades sociais, não estão nunca no seu lugar, desterritorializam-se e escapam a origem, tornando-se difusos. Talvez seja esta a razão pela qual o cheiro não vai nunca a tribunal, ou só vai muito raramente e, em vez disso, tende a estigmatizar-se o bairro nauseabundo e a ilibar-se a sua causa.

A sociedade ilimitada dos odores

Agregado de produtos odoríferos diversos, diluídos em álcool etílico, o propulsor indispensável, o perfume é concebido de modo a obter uma fórmula olfactiva específica. O perfume é uma composição de odores, isto é de sensações olfactivas diversas e separáveis (Roudnitska, 1987). Descoberta antiga e de aplicação religiosa e selectiva, o perfume depressa passou do mundo dos deuses, para o dos padres e monges, e destes para os líderes políticos e elites sociais. Até ao cristianismo, a perfumaria e os banhos públicos, a extravagância e a sensualidade confundiram-se. Na Idade Média, os perfumes tornaram-se símbolo de distinção e riqueza. Ajudavam a obliterar os odores dos pobres. A perfumaria avançou gradualmente e, em 1725, foi criada a água de colónia em França. Dos fixadores de origem animal, caros e raros, cedo se passou a produção de essências florais e, depois, de essências artificiais.

Hoje não são mais precisas substâncias naturais para a composição de perfumes. Um dos primeiros perfumes totalmente sintéticos foi o Chanel nº 5, criado em 1922, por Ernest Beaux. Manteve sempre uma aura particular de sensualidade feminina, em particular desde que Marilyn Monroe assegurou ao repórter que era o Chanel nº 5 que levava consigo para a cama.

A onda perfumista ocidental veio culminar o lento processo de atrofia dos odores sociais. O natural cedeu perante a artificialidade dos compostos e a individualidade dos homens e mulheres modernos veio juntar-se uma estética egoísta. À personalidade, junta-se agora qualquer coisa de impessoal, vinda de fora, mas que parece brotar directamente dela. Como o vestuário, mas diferentemente dele, o perfume envolve e faz ressaltar a personalidade que, acto contínuo, logo se artificializa. Não há no perfume, como existe no design, qualquer junção da fonte estética com as exigências funcionais dos

utensílios. O perfume mantém activa a imaginação e a fantasia, quer própria quer dos outros, e exala utopia e sonho que, ao contrário do *design*, são refractários e recusam ser avaliados em termos económicos. O odor perfumático constitui-se em objecto mas, como diria Simmel, não tem uma expressão objectiva independente, incluindo-se no próprio sujeito e confundindo-se com ele.

Não só o perfume se confunde com o sujeito. A inversa é também verdadeira. Com efeito, também os sujeitos se confundem com os perfumes, no sentido em que estes são promovidos nas sociedades modernas como credenciais de identidades desejáveis e sensuais, isto é imagens identitárias em que os sujeitos se transformam pela posse e consumo dos perfumes. O universo do perfume não é composto apenas da fragrância, mas também do nome, da marca e da imagem publicitária que o caracteriza. Nos nossos dias, em que é manifesto o investimento sociocultural no corpo, no seu embelezamento e na projecção pública da sua intimidade, são numerosos os sinais de que a publicidade especializada se situa precisamente nesta esfera da estética e performatividade corporais. No quadro de um exacerbado hedonismo, a publicidade aos perfumes não se limita, na verdade, a descrever a sua composição. Mais do que isso, faz inscrever no produto que promove um conjunto de referências distintivas imaginárias, tornadas acessíveis ao consumidor comum, de modo a alterar o seu estatuto social e proceder à destruição criadora da sua identidade. É o caso da identificação dos indivíduos-tipo a que melhor se associa determinado perfume, ou a descrição das atmosferas que proporciona, ou as vedetas que o usam e as suas correspondentes imagens de sucesso. Valorizam-se tanto a masculinidade como a feminilidade, mas sempre de modo sofisticado e exuberante, através de uma combinação de imagens, textos, décors, vestuários, maquilhagens, etc. Porém, como assinala Henriette Touillier-Feyrabend, o que mais distingue esta publicidade dos perfumes das restantes técnicas publicitárias, também sedutoras, destinadas à promoção de bens de consumo distintivo, é o facto de o seu universo de referência ser manifestamente estranho e distanciado da vida quotidiana da generalidade dos sujeitos, incluindo os grupos mais abastados (Touillier-Feyrabend, 1989). Os símbolos masculinos e femininos que suportam a publicidade dos perfumes, de resto também como os recorrentes ambientes estilizados da festa, do prazer, da sedução e da aventura, não correspondem aos estereótipos mais divulgados nem da mulher moderna (profissional, liberta, autónoma), nem do homem moderno (desportivo, esposo dedicado, pai atento) propostos pela generalidade da publicidade de hoje. No caso dos perfumes, o universo de referências remete para um mundo completamente à parte e distinto deste. Trata-se de um mundo onírico, em que, no caso dos perfumes de mulher, a mensagem surge, em regra, envolvida de mistério, de atmosferas pesadas, de paixões e aventuras ao crepúsculo. No caso dos homens, por outro lado, o perfume é proposto através da

imagem de alguém que se presta a jogos violentos, de um herói de espaços amplos e sem limite, como o deserto, a savana, ou mesmo o céu (Touillier-Feyrabend, 1989: 128).³

Por isso, tanto os odores como os perfumes são socialmente desagregadores. Promovem relações de sociabilidade sem socialização e quando estimulam esta última, fazem-no através de um egoísmo vincadamente associal. Ao alargar a esfera pessoal ("o perfume vai à frente"), quem está próximo vê-se mergulhar numa atmosfera artificial, que só aparentemente é a personalidade do outro. As personalidades não podem ser indizíveis nem fugazes como os odores e os perfumes. Por isso o refinamento cultural, que trouxe consigo a assepsia da sociedade e a sensibilidade individual extrema, conduz o indivíduo (perfumado ou não) ao isolacionismo da efémera atracção sedutora.

O melhor exemplo do carácter ilimitado da sociedade dos aromas artificiais em que vivemos encontra-se na nova forma de marketing, a *Venda por Sedução Olfactiva*, iniciada na década de 40 por D. Donald Laird, da Colgate University. Os mais famosos laboratórios perfumistas do mundo, como o famoso International Flavors and Fragrances Inc. de Nova Iorque, albergam dezenas dos melhores "narizes" profissionais do mundo. São estes que encontram as combinações de fragrâncias que mais nos excitam quando abrimos um magazine e inalamos o cheiro inconfundível do molho de pizza, do tabaco de cachimbo, do couro do sofá, ou dos martinis e cocktails. É um estratagemas onde a vaporização de agradáveis combinações de odores em apartamentos, meias, automóveis em segunda mão, etc., recolhe apreciações totalmente distintas das que seriam de esperar para um perfume. As casas parecem "mais acolhedoras", as meias "de melhor qualidade" e os automóveis "mais confortáveis e seguros" (Winter, 1987; Lake, 1990). Nesta arte do disfarce e da aparência, o negócio é florescente, como, de resto, parecem promissores os recentes desenvolvimentos da aromaterapia e da osmoterapia. Museus e escritórios estão, um pouco por todo o mundo, a recriar ambiências olfactivas artificiais. Toma-se agradável o cheiro desagradável do plástico; produzem-se croissants que já "sabem" a chocolate; lançam-se perfumes de ambiência para estimular o romantismo, reduzir o stress, ou aumentar a produtividade. Enfim, a sociedade continua a pôr em acção, agora em proveito próprio, aquilo que há muito já era conhecido e contra o que se revoltara: o odor tem efeitos condicionantes potentes sobre os nossos corpos e estados emocionais.

Tendo em conta a eficácia das técnicas de marketing, em breve estaremos perante a generalização de novos inventos: talvez pastilhas odoríficas para o bom humor; ou "vídeo-cheiros" para intensificação das imagens-odor;⁴ ou "musico-odores" adequados aos ritmos musicais saídos dos CD. Depois da pintura trompe-l'oeil, estamos à beira do quotidiano trompe-nez.

A fechar um dos mais brilhantes ensaios sociológicos do último meio século, Norbert Elias (1989) garante-nos que a civilização não está ainda

terminada. Naturalmente, também não chegou ainda ao seu termo a peripécia social dos odores e dos perfumes. Uma e outra continuam em processo de mutação e lento devir e, com ambas, o devir das nossas formas de sentir e dos nossos comportamentos. A modelação dos nossos afectos e pulsões vai continuar. Tal como vai continuar a nossa permanente regulação emocional e resistência a coacções externas bem como a promoção de auto-coacções. A deslocação dos nossos limiares de reactividade aversiva e passional não teve ainda desfecho. É das configurações da vida dos sujeitos, da economia e da política que se trata quando evocamos a civilização e...os odores.

Capítulo 6
PAISAGENS SONORAS
Sonoridades e ambientes sociais urbanos

... olhei o movediço panorama urbano de onde emergia a algazarra imensa e compreendi que esse tumulto tinha a sua razão de ser: era o som da cidade ...
[António Vitorino de Almeida, *O Som da Cidade*]

Recentemente, a questão das "imagens da cidade" tem suscitado numerosas reflexões, teóricas e empíricas, oriundas de um largo espectro de campos disciplinares. Com Kevin Lynch (1988), pode dizer-se, iniciou-se um novo surto de investigações sobre os modos de representação das cidades de orientação pluridisciplinar. Assim, ao tratamento mais convencional oferecido pela reflexão urbanística, arquitectónica e paisagística e também os estudos de *marketing* urbano, veio juntar-se o contributo das Ciências Sociais, da História à Antropologia, da Geografia a Sociologia. As "imagens da cidade" são, hoje, essencialmente, um objecto de análise transversal, tantas são as perspectivas que nele se cruzam e frutificam mutuamente. Neste ensaio, proponho-me reflectir sobre uma perspectiva particular destas imagens — as imagens sonoras das cidades —, procurando realçar como as Ciências Sociais, em particular a Sociologia e a Geografia, as abordam e integram no *corpus* do conhecimento que produzem. Socorro-me, para tanto, do jogo analógico e metafórico, de modo a tecer algumas considerações sobre o valor heurístico das sonoridades e da sua relação com os comportamentos e os ambientes sociais urbanos.

A transformação paradigmática por que a produção científica está a passar nos nossos dias confere às modalidades emergentes de investigação um carácter inusitado em que sujeito e objecto se confundem como nunca antes. Por outras palavras, o conhecimento emergente tem uma indelével marca de autobiografia do sujeito investigador, ao ponto de ser legítimo assegurar, como faz Boaventura S. Santos (1987), que todo o conhecimento é hoje auto-conhecimento. Permita-se-me expressar o meu total acordo com tal avaliação e iniciar este ensaio com uma pequeníssima referência a uma

experiência pessoal que assinala e justifica — reconheço-o à medida que vou reflectindo sobre as imagens sonoras da cidade — o meu interesse e a minha incursão nesta matéria.

Trata-se da minha experiência de vida de quase três anos numa cidade da periferia de Nova Iorque e das minhas regulares deambulações pela *Big Apple*. A geografia desta metrópole foi-me sendo mostrada e ensinada por um amigo — Anísio Correia — que, sendo invisual, me fez ver como a cidade pode ser lida e percebida através das suas paisagens e ambientes sonoros. Confesso admitir que a reflexão sobre as imagens sonoras da cidade que aqui apresento será talvez menos conseguida do que foi deixar-me conduzir e seduzir pela "geografia dos sons", sempre alterada pelos nevões, que guiava Anísio Correia, e eu com ele, na descida da Broadway, ou na entrada no Blue Note, ou a percorrer os meandros da popular 14th Street, ou a admirar a Brooklyn Bridge e a passear no Soho. A vista de cada um destes ambientes tentava eu agora apor-lhes as suas sonoridades próprias. Reconheço que não fazia mais do que procurar minorar o grau de perplexidade e confusão típica dos que apenas vêem, por não quererem, não poderem ou não saberem ouvir, geralmente superior ao grau de perplexidade daqueles que apenas ouvem e não podem, não querem ou não sabem ver. Neófito naquelas paragens, cedo me foi dado a perceber como a cidade soa e ressoa, disso se construindo também a sua imagem e a sua identidade.

Se a cidade soa e ressoa, será que a Sociologia e as restantes Ciências Sociais a ouvem? Num primeiro momento, a resposta é negativa. A regra parece ser a de que a Sociologia e a generalidade das Ciências Sociais quando se debruçam sobre a cidade revelam-se surdas. Este é um corolário das epistemologias racionalistas de inspiração weberiana e bachelardiana, com o seu calculismo objectivista, baseado na análise fria, distanciada e expurgada dos efeitos julgados distorçores das emoções, dos sentimentos e das subjectividades. Como este texto deixará entender, creio que tal desiderato nem sempre é possível de concretizar, não é certamente fácil de alcançar e chego mesmo a suspeitar que, frequentemente e de acordo com os objectos em análise, nem sequer será recomendável.

Ciências sociais e sonoridades

A nossa cultura é em geral, apresentada como tratando-se principalmente de uma cultura escrita, em que a sonoridade da expressão oral só interfere marginalmente nos arranjos e configurações sociais e culturais. Em décadas recentes, o reconhecimento da importância do olhar e da cultura visual na conformação e nos modos de representação da sociedade, ao mesmo tempo que contraria o objectivismo epistemológico dominante nas Ciências Sociais, corrobora esta estratégia de marginalização da sonoridade enquanto

ingrediente cultural de pertinência social. É assim que, por exemplo, numa denúncia que é simultaneamente uma confirmação deste estado de coisas, a Antropologia tem ajudado a reforçar a ideia de que as culturas escritas são culturas "inferiores" que, ao secundarizarem a sua componente oral, logo também auditiva, correm o risco de reduzir o grau da sua inteligibilidade.

Na Sociologia, mesmo nas vertentes relativistas e mais abertas ao reconhecimento do elemento sensível e emocional, esta inferiorização da variável sonora e auditiva encontra-se legitimada na contribuição influente desse fundador da disciplina que foi Georg Simmel. Com efeito, já após o abandono das suas teses formalistas iniciais acerca da organização social e da constituição dos grupos, Simmel admite que o nosso sentido da audição não pode senão oferecer uma revelação parcial dos seres humanos e, assim, da sociedade, pois que autoriza apenas uma interpretação momentânea daqueles, delimitada pelo tempo em que se manifestem e façam reconhecer, sonoramente, a sua presença (Simmel, 1981: 229). O sentido auditivo é para Simmel, um sentido passivo, despojado que está de autonomia própria, o que contrasta de forma evidente com a visão. Na relação face-a-face, esta última implica sempre comunicação, pelo que o autor do *Ensaio sobre a Sociologia dos Sentidos* reconhece que o olhar "não pode dar sem receber", enquanto o ouvido está destinado a receber sem (poder) dar (Simmel, 1981: 229).

Nesta linha de raciocínio, pode argumentar-se terem sido as correntes sociológicas de matriz fenomenológica, etnometodológica e simbólico-interaccionista as que mais salientaram a componente dinâmica e simbólica do olhar sobre a interação humana e o desenrolar dos microacontecimentos, bem como das relações quotidianas directas. O olhar foi mesmo, em numerosas análises simbólicas do social, convertido em protocolo metodológico privilegiado de investigação (Goffman, 1993), em detrimento de outros modos de percepção. Por esta razão, e longe de pretender minorizar os contributos de autores como Michel Foucault (1979), Martin Jay (1992) ou John Urry (1990), entre outros, creio que devemos resgatar a sociologia de Simmel para melhor contextualizar o actual destaque concedido ao olhar e a cultura visual enquanto campo de reflexão e entendimento acerca dos modos de estruturação das configurações sociopolíticas modernas.

Simmel parece tratar os sentidos humanos sob a forma de um jogo de soma zero. O dinamismo da visão e do olhar arrasta consigo a marginalidade do ouvido. Egoísmo e passividade são, deste modo, para Simmel, as características do sentido humano do ouvido, condenado que está a "receber" sem critério todos os estímulos que se lhe oferecem, sem poder ser, como sucede com o olhar, deliberadamente interrompido ou desviado de tudo quanto não nos interessa ou desprezamos. Pode dizer-se que Simmel conduz, deste modo, a sonoridade social ao paroxismo: a sua contínua insinuação nos espaços sociais equivale à sua neutralização enquanto variável específica, fazendo depender o reconhecimento da presença e da individualidade dos

sujeitos da sua capacidade para fazerem imprimir sobre os ambientes sociais que frequentemente as suas marcas e sinais sonoros próprios. Como se percebe, Simmel é também ele, responsável pelo silenciamento e inferiorização epistemológica das sonoridades da sociedade. Mas à sua maneira, deve acrescentar-se. Na verdade, algo paradoxalmente, ao mesmo tempo que se mostra adepto da frágil capacidade explicativa que o sentido do ouvido fornece sobre a construção social, Simmel admite que a partilha de um mesmo ambiente sonoro (uma audição ou espectáculo musical, por exemplo) pode promover o sentimento particular de "colectividade", mesmo quando a consciência da sua "unidade", assente em meios sonoros e auditivos, se revele bem mais abstracta do que a conseguida em torno da comunicação oral e da fala (Simmel, 1981: 234). É este sentido particular de colectividade que me parece poder ser explorado quando se pretende reflectir sobre as imagens sonoras das cidades, que sendo imagens disseminadas e partilhadas colectivamente têm, porém, sentidos e significados distintos consoante os seus emissores e os seus receptores.

Existe na reflexão de Simmel sobre os sentidos, em geral, e o papel social das sonoridades, em particular, um notável valor heurístico. A sua matriz especulativa, onde sobressai uma orientação não objectivista e, em alguns casos, impressionista das relações sociais, visível também em a *Filosofia do Dinheiro* (Simmel, 1978) ou em *A Metrópole e a Vida do Espírito* (Simmel, 1997), constitui-se em alternativa à *episteme* weberiana e bachelardiana, pela centralidade que atribui ao elemento sensível e imaterial na construção do conhecimento sobre a realidade social.

Disto isto sobre a surdez da Sociologia, que apesar de tudo parece estar a dissipar-se, interrogo-me agora sobre a Geografia. Será que a Geografia ouve? Aqui a minha resposta à questão sobre se o conhecimento social incorpora ou não, e de que modo, o som da cidade, é mais afirmativa. Tal resulta do facto de o som manter, ele próprio, uma relação íntima com o *movimento* que, por sua vez, induz alterações na estrutura molecular em redor da pessoa ou objecto que se move, propagando-se no espaço, por ondas sucessivas, até ao nosso ouvido (Ackerman, 1999). É esta intimidade entre o som, o movimento e o espaço que concedem à Geografia, enquanto Ciência Social, um grau maior de sensibilidade perante as sonoridades sociais. Neste sentido, lembremos e façamos justiça a Orlando Ribeiro (1968) e às suas repetidas referências sobre os ambientes sonoros (mas também a outras dimensões do sensível) característicos das cidades islâmicas, para nos darmos conta de como a Geografia mantém uma relação intensa com os sons. As identidades ou as imagens daquelas cidades são, para Orlando Ribeiro, algo mais do que os seus traços morfológicos, espaciais ou funcionais. Delas fazem parte também não apenas o seu colorido e os seus odores, mas ainda as suas sonoridades próprias. Há, portanto, indícios fortes de que a Geografia ouve, ou pode ouvir, o pulsar

da cidade e tirar daí conclusões relativas quer quanto ao seu modo de organização funcional quer quanto a sua ordem estética.'

Um argumento particularmente convincente acerca da relação da Geografia com as sonoridades encontra-se na contribuição recente de Paul Rodaway (1994), onde, a dado passo, se analisam as "geografias auditivas" como campo específico de análise da experiência sensível e das propriedades acústicas do meio ambiente.¹ Ao passar em revista numerosas contribuições sobre a relação entre o espaço, a sua ordenação/regulação, e as sonoridades sociais, Paul Rodaway destaca o trabalho do músico canadiano R. Murray Schafer e faz notar a construção conceptual deste último, insistindo na distinção entre *campo sonoro* e *paisagem sonora*. Socorrendo-me desta conceptualização, podemos dizer que o primeiro, o *campo sonoro*, se refere ao espaço acústico gerado a partir de uma determinada fonte emissora que irradia e faz distender a sua sonoridade a uma área ou território bem definidos. O centro deste *campo sonoro* é um determinado agente emissor, humano ou material, que, a medida que o som que produz se propaga e mistura com outros, tende a ver obscurecida e indeterminada a sua origem. Por isso, a expressão acústica que constitui o campo sonoro é sempre uma expressão híbrida e, de certo modo, desterritorializada. Contudo, dentro de determinados limites físicos e geográficos, como seja o espaço da cidade, a situação mais comum é a da presença simultânea de vários campos sonoros particulares que se sobrepõem e articulam entre si. De uma tal sobreposição resulta o que se considera ser uma *paisagem sonora*, ou seja, um ambiente sonoro multifacetado que envolve os diferentes sujeitos-receptores. A *paisagem sonora* é assim, fundamentalmente antropocêntrica já que, ao contrário do que sucede com o campo sonoro, não é um agente emissor indiferenciado — humano ou material —, mas o sujeito humano em concreto, que, na sua qualidade de receptor, constitui o seu centro. Dito de outra maneira, enquanto os campos sonoros fazem destacar a acção de produção/emissão de sonoridades, as paisagens sonoras referem-se ao acto da sua apropriação/recepção e parecem, assim, capazes de reterritorializar e tomar específica a acústica indiferenciada do campo sonoro.

Enquanto aglomerado de sons oriundos de fontes diversas imposto, por assim dizer, ao sujeito receptor, as paisagens sonoras modernas, mais concretamente as das grandes cidades, sugerem um estado de espírito condicionado de forma permanente pelo som ambiente, socialmente vivido. Na cidade de hoje, como procurarei argumentar mais adiante, a fuga ao ruído tornou-se impossível e o refúgio no silêncio não passa de um estratagema cultural e psicológico assente na capacidade individual para aumentar os limiares da tolerância acústica. É muito claro o paralelo que aqui se pode estabelecer com a histórica regulação/adaptação da sociedade aos odores (capítulo 5), tal como é possível sustentar, com Norbert Elias (1989), que continuamos, no domínio das sonoridades sociais, a cultivar

formas elementares de modelação civilizacional das pulsões e a procurar regular a nossa capacidade reactiva.

Tratando-se de aglomerados disformes de sons, as paisagens sonoras modernas tendem a apresentar-se ao receptor na sua pluri-sonoridade, revestindo-se de uma baixa fidelidade acústica que torna difícil, ou impossível mesmo, distinguir com clareza e identificar individualmente cada um dos sinais sonoros que a compõem, bem como a sua origem. Esta baixa fidelidade acústica converte a paisagem sonora em paisagem **Low-Fi**, de que é exemplo a "bruma sonora", para usar uma vez mais a linguagem de R. Murray Schafer, que envolve os ambientes citadinos mais densos. Trata-se de uma cacofonia, próxima do que consideramos ser o ruído, que tende a ser percebida e a sugerir um estado psicológico de distração por parte do sujeito-receptor, semelhante à condição, denunciada por Walter Benjamin (1992b), de apreciação/recepção da criação artística vulgar.

Esta denúncia de Walter Benjamin é acima de tudo, uma contraposição com os termos e as condições de apreciação/recepção da arte aurática. Ao contrário da arte vulgar, aquela requer um grau mais elevado de concentração e de recolhimento psico-emocional, assim como uma calculada distância física e sentimental, indispensáveis à compreensão integral do significado do objecto artístico que, de outro modo, não é nunca devidamente captado e tende a banalizar-se. De modo semelhante, a "bruma sonora" que envolve os ambientes citadinos de hoje dificulta e faz baixar a qualidade da comunicação. Este efeito de perturbação social não decorre apenas da desenfreada propagação dos campos sonoros mais ruidosos nas cidades. A seu lado, paradoxalmente, dir-se-ia, também a excessiva presença de campos sonoros supostamente mais melodiosos, como é o caso da música, podem interferir na qualidade da comunicação. Na verdade, a revolução tecnológica iniciada no século passado, se, por um lado, tornou a música socialmente mais acessível, retirando-a ao privilégio dos que a tocavam ou podiam frequentar lugares específicos da sua produção, por outro lado, massificou-a sem limites (Spice, 1995). A música, cuja presença era regulada e determinada de acordo com uma relação própria de espaço e de tempo, encontra-se hoje totalmente desregulada e, nesse sentido, toma-se excessiva e revela-se enervante e "desumanizadora" da convivialidade urbana (Almeida, 1987). De forma crescente, todos os espaços urbanos se encontram, a todo o momento, invadidos pela música como componente da "bruma sonora". Não há silêncio na cidade e com a hegemonia deste *continuum* sonoro, desaparecem os refúgios no espaço e os intervalos no tempo urbano. Com eles, reduzem-se também as condições mínimas de reflexão e escuta que sustentam a comunicação e a convivialidade nas cidades.

O som excessivo e as paisagens sonoras da cidade podem, na verdade, fazer diminuir os indivíduos e tornar insignificante a sua história. Existe aqui, de novo, um contraste entre a visão e o ouvido. Quando, a partir dos

anos 30, as cidades passaram a iluminar os seus edifícios públicos e monumentos históricos mais notáveis, foi o pequeno pormenor que foi aperfeiçoado e tornado mais sensível e visível (Choay, 1992). O foco de luz veio dar um novo enquadramento cenográfico à cidade, subtraindo ao olhar uma parte do ambiente visual e revalorizando, por essa via, aquilo que tornou (mais) visível. A *mise-en-scène* urbana, porém, não se deteve aí e, em tempos recentes, o som veio juntar-se a encenação de que muitos desses lugares se tornaram objecto, suportando numerosos e variados espectáculos de "luz e som". Ao contrário da luz, todavia, o som artificial que envolve edifícios públicos e monumentos históricos (a música ou o discurso oral, por igual) opera sobre o espectador e não sobre o objecto em exposição. Nestas circunstâncias, a sonoridade envolvente opera um efeito de desfocagem e desrealização das aparências visuais. O indivíduo é reenviado para si próprio e, enquanto consumidor, é ele que se pretende atingir e não a marca arquitectónica à sua frente (Choay, 1992). O sucesso perverso desta estratégia de envolvimento sonoro artificial de edifícios e monumentos históricos reside, portanto, na diminuição nobreza e exemplaridade destes últimos, banalizando-os e tornando-os insignificantes.

Em situações particulares, e em contraposição à regra da pluri-sonoridade, a paisagem pode também ser uni-sonora e, oposta a cacofonia, sugerir um sentido de sinfonia, com uma sonoridade singular, eventualmente melódica, que permite identificar com exactidão a sua natureza e a respectiva fonte sonora. Nestas circunstâncias, *dir-se-á*, é o estado de concentração, do tipo do exigido pela leitura da arte aurática, que preside ao modo como as sonoridades são percebidas e apropriadas. Trata-se, por analogia, de uma paisagem de alta resolução ou clareza acústica, ou seja, de uma paisagem sonora de tipo *Hi-Fi*. Admissivelmente, esta sinfonia revela-se mais consentânea com as sonoridades ou as musicalidades próprias dos ambientes naturais, dos espaços rurais ou das pequenas comunidades urbanas do que com os ambientes artificializados ou os grandes espaços metropolitanos. A vocalidade e a comunicação oral directa são, talvez, os melhores exemplos disto, enquanto os sons da metrópole se uniformizam e descaracterizam no momento da junção da fala humana com as sonoridades materiais, instrumentais e tecnológicas.

A decifração de uma paisagem sonora, qualquer que seja o grau da sua resolução acústica, traduz sempre um acto de atribuição de sentido. O significado de um som é, portanto, sempre relativo. Não apenas em relação à singularidade da fonte ou actividade objectiva que o origina, situação em que estaríamos perante um significado denotativo do som que se interpreta, mas também em relação a outros sons com que se combina, autorizando que se fale, neste caso, de um significado sonoro conotativo. Este relativismo sonoro diz ainda respeito a nossa experiência social e biográfica, já que tanto pode revelar uma memória e um passado e, deste modo, uma identidade

vivida, como pode, igualmente, enunciar um estado de estranhamento e desconforto perante sonoridades desconhecidas (e, no extremo, perante sonoridades ausentes) que se pretendem decifrar no seu significado ou sentido abstracto.

Num estimulante ensaio, sintomaticamente intitulado "O som da cidade", António Vitorino de Almeida ilustra este relativismo sonoro ao oferecer uma imagem de Lisboa, de décadas atrás, centrada sobre as suas sonoridades sociais (Almeida, 1987). Nesse texto, onde se privilegiam tanto os significados denotativos como os significados conotativos dos sons da cidade, a biografia sonora da cidade confunde-se com a memória autobiográfica do autor-maestro. A memória social da primeira é em parte também, a memória pessoal do segundo, num relato intertextual que põe em relevo o paralelismo das cadências sonoras por que se regem a vida pública e a vida privada em ambientes urbanos. O som da cidade, como tratado por António Vitorino de Almeida, ilustra com clareza a fragilidade da distinção entre o público e o privado, particularmente quando fazemos entrar em linha de conta as nossas capacidades sensoriais. Reconhecendo que terminara a composição da sua "Sinfonia Concertante" no espaço público, portanto sujeito às mais diversas perturbações sonoras, o autor-maestro confessa que o bulício da cidade não afectou a sua concentração mental pelo simples facto de que "tudo aquilo era humano e natural: era o som da cidade" (Almeida, 1987: 565).

Sem pretender deter-me neste aspecto em demasia, o que está aqui em causa é a denúncia de um dos pressupostos com que a Sociologia e a generalidade das Ciências Sociais fundaram o seu objectivismo: a marginalização dos sentidos e das subjectividades. Só assim, isto é, expurgando da sua análise a dimensão físico-sensorial e psíquica das relações sociais e a estética dos espaços sociais, viria a ser possível aos discursos político e sociológico sustentar, tão duradoura e radicalmente, a separação entre as esferas públicas e privadas da vida social. Do ponto de vista sociopolítico, a validade da tese da impermeabilidade do público e do privado é sobretudo de natureza heurística e não funcional. Do ponto de vista físico e material, o som e a capacidade auditiva, como de resto outros ingredientes sensoriais e cognitivos, revelam-se entre os mais potentes agentes de intermediação entre ambas as esferas. Da mesma forma que "a ponte e a porta" sobre que Simmel se deteve (Simmel, 1988), também a experiência sonora quotidiana da cidade tanto separa os seres humanos, desde logo em infindáveis estratificações de produtores e receptores de sons urbanos, como os une numa mesma relação experiencial (o sentido simmeliano de "colectividade sonora"). Do ponto de vista das sonoridades sociais e da sua relação com a cidade público/privado, os separadores são frágeis ou não existem de todo, pelo que ouvir do interior da casa uma conversa que se desenrola no seu exterior é um modo banal de acesso potencial ao espaço público (Chelkoff e Thibaud, 1992). Deste modo, a acessibilidade sonora põe em causa as perspectivas e os limites do privado

e do público, desdobrando o acesso directo, físico e corporal num acesso indirecto e feito a distância. Estamos, portanto, obrigados a reconhecer não apenas a extrema porosidade de que o espaço público e o espaço privado se revestem quando vistos a luz das paisagens sonoras, mas também, correlativamente, o facto de que as relações sociais e os diferentes modos de percepção do mundo podem ser partilhados por indivíduos e grupos sociais fisicamente distantes.

Quando acima me referi ao relativismo dos sons e dos seus significados, afirmei que o seu significado abstracto tanto pode accionar memórias socio-biográficas, como gerar situações de estranhamento e irritabilidade, admitindo mesmo que a ausência de uma sonoridade esperada pode ser tão desconcertante como a sua (excessiva) presença. Gostaria agora de retomar esta questão, procurando situá-la numa dimensão sociotemporal. O meu ponto de partida encontra-se na relação da sonoridade com a cidade, admitindo ser possível, através da primeira, perspectivar a consolidação e o crescimento da segunda. Esta relação está inscrita num fluxo histórico e temporal que, também ele, não é alheio a natureza e à diversidade dos campos e das paisagens sonoras. A cidade dos nossos dias tem uma imagem e uma identidade própria, detectáveis nas suas sonoridades. Muitas destas sobrepujaram outras sonoridades mais antigas, num trajecto evolutivo paralelo à transição lenta da cidade barroca para a cidade da era industrial e, desta, para a metrópole (pós)moderna.

A heurística dos sons e a cidade

Desde a sua institucionalização, a Sociologia Urbana clássica fez opor o surgimento das grandes cidades as pequenas comunidades tradicionais onde eram frágeis os laços de urbanidade que hoje conhecemos. Numa tentativa de assinalar esta oposição, podemos imaginar que um tal processo de evolução arrastou consigo a eliminação de grande parte dos sons típicos daquelas comunidades ou confinou-os a uma situação de raridade extrema que não deixa de nos surpreender quando nos deparamos com elas no dia-a-dia. Estou a pensar numa série de sons "da natureza", ou da vida animal, ou da vida profissional pré-industrial e pré-urbana, como sejam o cantar estridente do galo madrugador, ou a bomba manual de água para abastecer a casa, ou o bater ritmado do martelo sobre a bigorna na loja do ferreiro. Na linha do que disse antes, trata-se de sons de elevada fidelidade e personalidade sonora, **Hi-Fi** diria, cuja origem é fácil de identificar de imediato e que, ao desaparecerem ou rarearem no ambiente urbano, assinalam a perda desta capacidade de individualização das situações sociais e naturais pré-urbanas. Na cidade moderna, em que parece ser o som que faz a coisa, a cada instante qualquer coisa se cala e, logo, sucumbe, o que convida a parafrasear a fórmula

popular e dizer que o que está longe do ouvido está longe do conhecimento...

Curiosamente, dado que muitas das nossas cidades conservam traços indelévels da sua constituição, enquanto sobreposições dispersas de esferas de acção, de actividades e de ambientes sociais, tradicionais uns, modernos outros, a cidade pode surpreender-nos com a persistência de algumas destas sonoridades, detectáveis por entre os meandros das suas caóticas paisagens sonoras. Não estou a pensar nas situações, cada vez mais frequentes, de museologização e produção artificial dos sons culturalmente perdidos. Na verdade, o que parece ser mais adequado à nossa compreensão da persistência destas sonoridades é tratar alguns destes sons como sons que, embora em situação de clausura, se constituem numa espécie de uma reserva patrimonial. Ainda que dominados, a presença e a permanência destes sons pode reenviar-nos para situações de hibridismo sociocultural que, numas cidades mais do que noutras, parece caracterizar o modo da sua actual estruturação económica, política, social e espacial. Creio mesmo que, seguindo esta linha de raciocínio, se poderá falar de sons de transição ou de formas de resistência e de revanchismo sonoro da cidade barroca no seio da cidade moderna.

O som do campanário ou do moderno relógio mecânico da Igreja que, em muitos dos nossos espaços urbanos, insiste em fazer-se ouvir é um bom exemplo da clausura e da resistência de velhas sonoridades. A centralidade de outrora deste campanário perdeu-se na grande cidade. Era uma centralidade tanto geográfica e espacial como política e cultural. Com efeito, em seu redor, estruturavam-se numerosas actividades e funções tradicionais de aldeias e freguesias muitas das quais hoje se encontram absorvidas pela expansão urbana. Deste modo, o sinal sonoro singular do campanário deixou, mesmo quando persiste, de marcar o compasso da vida colectiva. A vida social em contexto urbano diversificou-se nem as horas nem a cadência do campanário são mais as horas ou a cadência do quotidiano de trabalho, de descanso, ou de festa do contexto urbano-industrial actual. Pela sua presença, ou pela sua ausência, o som do campanário não pode senão suscitar um sentimento nostálgico de tempos passados. O mesmo se poderá dizer do pregão urbano de origem medieval, em regra associado à venda ambulante, que hoje não apenas rareia na cidade, mas que, igualmente, deixou de ser marcador de ritmos, temporalidades e modos de vida do quotidiano cidadão (Almeida, 1987).

Se se foram perdendo inúmeros sons tradicionais, com o advento da cidade moderna ganharam-se outros, novos. Agora ganharam proeminência novas paisagens sonoras, sobretudo de raiz tecnológica e industrial. O som dominante da cidade passou a ser um som mecânico, ritmado, de cadência certa, contínua e rotineira. A sua melhor representação será talvez a oferecida pelo motor de combustão que, para além de símbolo da industrialização, se viu também convertido em apanágio da modernidade urbana. Podemos, naturalmente, ao lado do motor de combustão, assinalar muitos outros sinais

sonoros de uma urbanidade perdida. Imaginemos, por exemplo, o som do carro eléctrico, arrastando-se vagarosa e romanticamente sobre os carris, ou o bater ritmado da velha Remington. Ambos simbolizam, com os seus sons, a velocidade alucinante que tomou conta da cidade da modernidade (Virilio, 1977). As cidades evoluem e com elas também os seus sons. Símbolos da modernidade, ao lado de tantos outros, estes artefactos tecnológicos e as respectivas marcas sonoras estavam, eles próprios, destinados, inelutavelmente, a serem substituídos. Foram sacrificados as mãos da própria velocidade que enunciavam. De repente, a velha máquina de escrever foi substituída pela máquina eléctrica e esta, numa imparável sucessão de artefactos, pelo computador. O mesmo destino enfrentou o sibilante som do velho telefone, marca indelével da sociabilidade urbana, deposto pelo telefone digital e o seu som tecnológico.

Entre sons novos que dominam as paisagens sonoras da cidade e sons desaparecidos ou em vias de desaparecimento, a cidade revela-se um aglomerado de infindáveis e inumeráveis sonoridades. Esta sobreposição assinala um impacto sem igual sobre os modos de estruturação dos territórios e de convivência social. Sobreponíveis, os diversos campos sonoros da cidade deixaram de permitir uma definição clara das suas fronteiras. Os sons da cidade, afinal como as culturas, os indivíduos e os grupos sociais urbanos, apresentam-se carregados de ambiguidade, transitórios e, aparentemente, sem história nem raízes, sem uma identidade única mas antes com várias identificações. No meio desta entropia sonora, os sons parecem deambular como o *flâneur*, essa personalidade exemplar da modernidade, deambula no meio urbano.

Os sons sobrepostos que constituem a paisagem sonora de uma repartição pública ou do ambiente informal da rua da cidade não são sons individuais, conhecidos, identificáveis. São sons sinusoidais, sem harmonia, nem qualidade, que, na linguagem aqui utilizada, equivaleriam a cacofonia ou à paisagem sonora **Low-Fi**. Arrastam consigo e simbolizam uma urbanidade feita da mistura dos sons e da perda das relações de inter-conhecimento. Com elas, instauraram-se e reforçaram-se as relações de anonimato e de estranhamento típicas das grandes cidades. O contraste com a pequena comunidade referida há pouco é muito claro. Numa perspectiva histórica e política, tal contraste é sinónimo de libertação individual, pois contém no seu interior uma fuga do espaço confinado da comunidade tradicional, dos seus vínculos e compromissos personalistas, assentes em tradições profundas, na família, no estatuto profissional e na religiosidade. Se continuarmos a aceitar a metáfora e o jogo analógico de partida, podemos adiantar que o limite da libertação individual que a cidade oferece parece residir no risco de anomia e de insegurança pessoal e colectiva de muitas das nossas cidades.

A cidade que liberta é a mesma que nos faz correr riscos de desorganização e desordem. Terão estas uma sonoridade específica? Sim, se pensarmos

na sibilina sirene de ambulância que corta o ambiente sonoro da cidade, ou no mais prosaico alarme de automóvel. O pânico e a insegurança, ou melhor, as imagens culturais que deles fomos construindo na nossa civilização, apoderaram-se de muitos dos residentes e decisores políticos da cidade. Não estou a sugerir que a cidade, ao promover o anonimato, desemboca na violência urbana. Pretendo, antes, pensar que a cidade é um espaço social disciplinado, a um tempo regulado e regulador, e que a agressividade que dela brota só pode ser entendida nesse quadro de disciplina e ordenamento.

Atrevo-me a ilustrar esta actividade reguladora da cidade através de campos sonoros como os que têm origem, por exemplo, na cancela ferroviária ou no semáforo. Com eles, a cidade, ao mesmo tempo que administra os regulares fluxos dos transportes urbanos, disciplina também o caminhar dos peões, tomando o vaivém urbano mais ordenado do que caótico. Fá-lo de um modo impessoal, sem que mentores ou executantes sejam perceptíveis ou identificáveis, remetidos que foram para os bastidores de salas equipadas com sofisticados sistemas electrónicos de controle de tráfego. Esta invisibilização dos responsáveis por tais sonoridades disciplinadoras contrasta com a cidade de há décadas atrás, quando a mesma função reguladora do tráfego se fundia no esforço físico dos agentes policiais, de cenografia exuberante e apito em riste. A cidade moderna esconde hoje os agentes da regulação, impessoaliza-os, substituindo-os por sistemas periciais "invisíveis", típicos das racionalidades tecnológicas avançadas. De si, conhece-se apenas a eficácia sonora da função que comandam.

Esta é uma forma nova, tecnológica, de promoção do anonimato das cidades e metrópoles. Não foi deste anonimato, feito de invisibilidades, que a Sociologia tratou quando tratou do surgimento das grandes cidades. Em seu lugar, a Sociologia Urbana clássica tratou do anonimato decorrente, por um lado, do advento das multidões e, por outro lado, mas concertadamente com o primeiro, da desmedida individualização dos sujeitos que a cidade fomenta. Ambas as situações se revestem de sonoridades próprias. Assim, em primeiro lugar, se é em grandes grupos que a cidade se move, o apito da fábrica, por exemplo, continua a ilustrar a forma como multidões de trabalhadores iniciam ou interrompem jornadas de trabalho ou de trânsito na cidade que, sonoramente, vê a sua fisionomia modificar-se no decurso do dia. O metropolitano é, neste sentido, o som abafado, subterrâneo, deste cruzar da cidade por multidões com origens e destinos bem determinados. Trata-se, num e noutro exemplo, de campos sonoros que nos reenviam para um movimento colectivo, capaz de romper limiares espacio-temporais que, por isso, toma os territórios urbanos mais fluidos do que nunca. O cidadão parece ter-se transformado num indivíduo sem identidade, mergulhado que se encontra na massa informe de sujeitos em movimento ordenado.

Pode, nestas condições, o sujeito resistir à sua despersonalização? Esta é a segunda vertente do anonimato urbano de hoje. Trata-se de uma

interrogação que Simmel já se pusera quando, ao tratar da cultura individualista, viu nela uma atitude positiva, não derrotista mas reactiva, do sujeito culturalmente desenraizado que deixara a cultura personalista atrás de si para mergulhar na grande cidade. O individualismo seria, deste modo, uma conquista pessoal e não, como se julga vulgarmente, um produto perverso da condição urbana.

Será que o individualismo típico do mundo urbano tem um som próprio? A resposta é afirmativa se procurarmos atribuir sentido as sonoridades, hoje tão vulgarizadas, do *bip*, do telemóvel e do *walkman*. Todos eles são artefactos tecnológicos que filtram a comunicação, expondo a individualidade de forma agressiva. Os primeiros destes artefactos — *bips* e telemóveis — reservam-na, através dos seus códigos de acesso, ao critério superior e egoísta do sujeito proprietário. O último — o *walkman* — veio permitir que, pela primeira vez, os sujeitos transportassem consigo para qualquer lugar, uma atmosfera sonora que, privatizada, indicia uma das mais radicais expressões do individualismo (Gay et al., 1997). Apesar de se tratar de um artefacto cujo consumo revela formas exacerbadas de individualismo e de isolacionismo, o *walkman* enuncia igualmente um estilo de vida e uma forma de estar social. Para além do jogo das suas sonoridades privatizadas, o uso do *walkman*, como de resto também o uso de *bips* e telemóveis, remetem-nos para modalidades de comunicação práticas significantes de relacionamento entre indivíduos e entre estes e certas expressões socioculturais (a música, a moda e a cultura urbana contemporânea, em geral) (Chambers, 1985; 1990). Por estas razões, a disseminação do consumo do *walkman*, instrumento silencioso para terceiros colocados a distância, mas ruidoso para quem está próximo, ao deslocar para o espaço público um acto de natureza privada, contribui decisivamente para o reforço da indefinição das fronteiras entre aquelas esferas — questão já referida anteriormente —, pondo em evidência um dos traços mais característicos da moderna cultura urbana.

Além de exporem a individualização dos sujeitos, todos estes artefactos e as suas sonoridades ilustram a situação típica daquilo que o discurso sociológico designa correntemente por indiferença civil. Mas quando Erving Goffman (1971) e depois Anthony Giddens (1991) teorizaram sobre o assunto, referiam-se sobretudo a capacidade individual de auto-protecção, contida, por exemplo, no desviar do olhar de tudo quanto, na cidade, nos desagrade ou não convém. Esta reacção intimista que é olhar sem ver é um sinal de extremo individualismo. Mas a indiferença civil está hoje também ao alcance do ouvido. Concentrados no som do *walkman*, por exemplo, os indivíduos permitem-se ouvir o que lhes convém sem escutar o que os rodeia. Daqui decorre que, afinal, o ouvido não é, nos nossos dias, esse sentido tão passivo como Simmel sustentara ser a situação nos princípios deste século.

Não posso deixar de me referir ao lugar central da economia e das finanças como seiva que alimenta as relações sociais na cidade moderna.

A economia e o jogo financeiro são pilares essenciais do processo de globalização dos nossos dias. Mas a globalização não é apenas económica e financeira (Fortuna, 1997a). Ela reveste-se também de padrões culturais e de formas de governação que se mundializam e, crescentemente, se assemelham entre si. O mesmo sucede com as cidades, as suas paisagens culturais, físico-espaciais, turísticas, olfactivas ou sonoras, sendo que apenas o seu trajecto socio-histórico se pode constituir em recurso identitário distintivo. Se o dinheiro é responsável pelo actual estado de globalização, também o é o seu som. Na verdade, quantos de nós não nos surpreendemos já pela presença da marca sonora do levantamento automático de dinheiro ou o som universal do pagamento com cartão de crédito, quer estejamos em Coimbra, ou em São Paulo, em Maputo ou em Nova Iorque? O mesmíssimo campo sonoro em espaços tão diferenciados, torna-os por isso semelhantes e familiares. Esta aproximação de espaços dispersos por via sonora reconforta-nos, o que confere uma dimensão nova às nossas concepções de território e de fronteira. Reside nesta translocalidade o mais elementar princípio do moderno cosmopolitismo, entendido como forma de se estar bem em qualquer lugar, uma condição que, portanto, se constrói também de sonoridades urbanas. Ao desprezar fronteiras e a confortar-nos pela sua familiaridade, este cosmopolitismo sonoro só nos pode surpreender por nos revelar quanto da globalização se fica a dever a expressões de domesticidade e a sentimentos localistas.

Perante o actual emaranhado globalizante de sonoridades, uma última questão diz respeito ao facto de se saber até onde será legítimo sustentar que as cidades têm, ou podem ter, uma identidade (sonora) própria. Se a tiveram e a perderam. Se a têm e conseguem conservar. O exercício reside em fazer deslocar para a problemática que aqui vimos discutindo as interrogações que a Sociologia faz hoje acerca das relações entre culturas locais e culturas globais. Ao reflectir sobre esta questão, cedi, de novo, à autobiografia e pensei na cidade de Coimbra. Será que esta cidade tem uma sonoridade própria? Encontrei três hipóteses de resposta afirmativa: (i) a velha saudação académica (o conhecido É-FF-RRR-ÁÁ), (ii) o inconfundível anúncio sonoro da saída do comboio para Alfaias e (iii) a canção/fado de Coimbra. Trata-se de um conjunto de expressões sonoras inegavelmente locais. Mas o que mais as distingue de outras é que são manifestações sonoras vocais. Podendo propagar-se por intermédio de dispositivos técnicos, porém, na sua origem encontra-se a fala humana, não o artefacto tecnológico. São, deste ponto de vista, sonoridades de resistência à uniformização das paisagens sonoras urbanas de hoje. Será que transmitem uma imagem própria da cidade que as produz?

Procuro responder partindo do princípio que as imagens das cidades podem repartir-se por dois tipos principais — as imagens modernizantes e as imagens patrimonialistas. Às primeiras correspondem os ideários da

competitividade, da tecnicidade e da cultura empresarial. As segundas deixam-se conduzir pela ordem dos costumes e das tradições, das festas e da arquitectura locais (Santos, 1997; Fortuna, 1997b) Enquanto as primeiras parecem corresponder às cidades que mais se têm globalizado, as segundas, de base patrimonialista, parecem ter escapado ou estar a perder o desafio dessa modernização globalizante. Se a sonoridade metálica, motorizada e de base tecnológica é a que mais se adequa à compreensão das cidades do primeiro tipo, Coimbra, com a predominância e a singularidade das suas sonoridades vocais, oferece de si a imagem de uma cidade tradicional. O seu património sonoro tanto pode significar uma sonoridade de resistência como de estagnação. Que fazer com tais paisagens sonoras? O mesmo é dizer, que fazer com esta cidade? A resposta não é fácil, ainda que pareça expedito recomendar que se destradicionalize e saiba combinar criadoramente os desafios da modernização com os recursos da tradição.³ Ou seja, é preciso acautelar os termos de uma tal destradicionalização e admitir que seja feita com a consciência das distorções que o crescimento urbano provoca sobre os genuínos recursos patrimoniais, sociais e sonoros das cidades.

Numa reflexão sobre as paisagens sonoras das cidades não posso senão pensar que a destradicionalização de Coimbra, como de qualquer outra cidade cujo património sonoro mais assinalável se encontra perante desafios de descaracterização, há-de requerer que a cidade se saiba ouvir a si própria, para se perceber, sem deixar, todavia, de ouvir as sonoridades das outras cidades. Só assim poderá sintonizar a sua destradicionalização, por entre paisagens sonoras e ambientes sociais diversos, locais uns, globais outros.

Se as cidades soam e ressoam é recomendável que saibam escutar e escutar-se. Este é um outro lado da heurística das sonoridades urbanas. Em si, trata-se de uma reverberação do axioma estóico, atribuído ao filósofo Epicteto e velho de dois mil anos, segundo o qual "se Deus deu dois ouvidos ao homem e apenas uma boca é porque quer que ele ouça duas vezes mais do que aquilo que fala".

[Página deixada propositadamente em branco]

NOTAS

Introdução/ Expressões públicas da vida sensível

- 1 Os capítulos 1, 3, 4 e 6 foram inicialmente publicados na *Revista Crítica de Ciências Sociais*, do Centro de Estudos Sociais, respectivamente nos anos de 1991, 1995, 1992 e 1998. O capítulo 2 foi editado, em 1995, na colecção *Estudos e Investigações*, do Instituto de Ciências Sociais (vol.4, coordenado por Maria de Lourdes Lima dos Santos) e o capítulo 5 surgiu, originalmente, na revista *Via Latina* (1991), editada pela Associação Académica de Coimbra. Aos responsáveis por estas publicações, agradeço a colaboração que permite esta reedição.
- 2 Para uma análise sociológica das culturas de fronteiras, vejam-se os textos de Boaventura S. Santos (1994: cap. 6) e de João Arriscado Nunes (1996).
- 3 A noção de "imaginação do centro" é retirada de Boaventura S. Santos (1993: 49-53) que a utiliza para se referir ao processo simbólico de projecção do Estado semiperiférico (no caso vertente, o Estado português) na comunidade de Estados centrais (europeus). O uso que aqui se faz desta noção pretende assinalar que esse processo simbólico de "centramento" está também presente em múltiplas formas de actuação de indivíduos e grupos sociais. A referência a "centros" reais ou imaginários da vida social, política e cultural faz parte da estratégia de auto-posicionamento dos sujeitos, mesmo quando se manifesta pela sua negação e recusa.
- 4 Caracterizações dos indivíduos como as seguintes assinalam, para Lasch, o surgimento desta nova personalidade: "excessivamente auto-consciente"; "cronicamente preocupado com a saúde, com medo de envelhecer e de morrer"; "constantemente à procura de sintomas e sinais de decadência"; "desejoso de se dar com outros, mas incapaz de fazer verdadeiras amizades"; "ansioso por experiências emocionais"; "dominado por fantasias de onipotência e de eterna juventude".
- 5 É no quadro desta personalidade expressiva que se integram também análises como as de Pierre Bourdieu (1984) sobre o gosto, a construção dos estilos de

- vida e as estratégias de distinção social, ou de René Girard (1987) acerca do mimetismo como expressão do desejo e da competição entre sujeitos.
- 6 Uma interpretação geral sobre o recente interesse da Sociologia pela questão do corpo encontra-se em Chris Shilling (1993: 29-40). A justificação daquele interesse ficará a dever-se, em primeiro lugar, aos estudos feministas e a análise sociológica das relações sociais de sexo, em segundo lugar, ao acentuado envelhecimento demográfico do Ocidente e, em terceiro lugar, as alterações económicas, sociais e culturais da sociedade do pós-guerra.
- 7 O Processo Civilizacional de Norbert Elias é um discurso sobre a perda do significado sociocultural da biologia imposta pela ascensão histórica dos símbolos e marcas culturais. O corpo humano civilizado é o resultado de um processo articulado de socialização (o corpo como expressão social conseguida pela gradual regulação e privatização das suas funções naturais), de *racionalização* (controle crescente sobre emoções e sentimentos) e de *individualização* (o corpo como fronteira entre indivíduos e entre estes e o mundo exterior). Para uma reflexão sobre o corpo na teoria *civilizacional* de Norbert Elias, veja-se Chris Shilling (1993: 151-174).
- 8 É nesse sentido apenas que se compreendem e frutificam as reflexões teóricas mais gerais de autores como Georg Simmel (1997), Richard Sennett (1986), Jean Baudrillard (1990) ou Erving Goffman (1993), em que a corporeidade surge de forma derivada a partir das relações de sociabilidade em espaço público, ou as análises socioantropológicas do corpo em que é a urbanidade que surge como variável dependente, como, por exemplo, nos trabalhos de David le Breton (1990), Pasi Falk (1994), Steve Pile (1996), Chris Shilling (1993) e Bryan Turner (1984).

Capítulo 1 / **Nem Cilas nem Caridbis**

- 1 Esta distinção sustenta-se no entendimento da natureza dupla que a Sociologia atribui ao conceito de identidade. Sinteticamente, e de acordo com José Madureira Pinto, a identidade deve ser entendida em dois planos: o do sentido da pertença (identificação) e o do sentido da diferença (identização) (Pinto, 1991: 218). Quando aqui me refiro ao sentido substantivo da identidade, refiro-me ao seu sentido de pertença e, correlativamente, ao falar de identificação, refiro-me ao sentido expressivo e processual de constituição de diferenças, de distâncias e de fronteiras.
- 2 Esta questão, já desenvolvida também noutros lugares (Fortuna, 1997a; 1997b), será retomada adiante, de forma mais pormenorizada e num sentido muito específico: o do papel dos lugares históricos e monumentais das cidades na interpretação das identidades pessoais e colectivas dos sujeitos (ver capítulo 2).
- 3 Em *Capitalism, Socialism and Democracy*, Schumpeter caracterizou o sistema capitalista como estando sujeito a uma "revolução permanente, feita a partir de

dentro, da sua estrutura produtivo-organizativa que, incessantemente, destrói a sua antecessora e dá origem a uma nova" (Schumpeter, 1975: 83 - *itálicos no original*). A isto corresponde a sua noção de *destruição criadora* cujas componentes principais são, como se sabe, a introdução de novos produtos, a abertura de novos mercados, a constituição de novos modos de organização e a presença de um espírito empresarial de risco. Por analogia, a ideia de *destruição criadora* das identidades pretende significar o processo de reelaboração contínua dos critérios de auto-validação pública dos sujeitos, de acordo com a multiplicidade de situações sociais e das transformações económicas, políticas e culturais com que se confrontam.

- 4 Deste ponto de vista, são variadas as propostas de conceptualização que têm vindo a surgir na literatura sociológica mais recente. Para só mencionar algumas, refiram-se, por exemplo, os conceitos de "terceiro espaço" (Bhabha, 1994), "terceiras culturas" (Featherstone, 1997), "política de campo aberto" (Spivak, 1990).

Capítulo 2 / As cidades e as identidades

- 1 Veja-se acima (capítulo 1) uma clarificação do sentido em que se utiliza, por analogia, a noção de *destruição criadora* das identidades.
- 2 Estou a pensar numa enorme variedade destes discursos. Para dar alguns exemplos, atente-se, nas actuais avaliações sobre o lugar da razão, dos sentimentos e do prazer na vida social; a condição de subalternidade dos sujeitos e as narrativas pós-coloniais sobre a radicalização das identidades; as releituras sobre as geografias e as comunidades imaginadas, os seus limites e fronteiras; a estetização e dramatização do quotidiano e a importância do elemento visual e imagético sobre a linguagem escrita e falada; o debate sobre a realidade e os pseudo-acontecimentos; a sociedade de risco e a ambivalência dos nossos critérios de classificação.
- 3 "Não conhecer bem os percursos de uma cidade, afirma Benjamin, não tem muito que se lhe diga. Perder-se, no entanto, numa cidade, tal como é possível acontecer num bosque, requer instrução" (Benjamin, 1992a: 115).
- 4 A imagem da cidade como teatro é desenvolvida em pormenor por David Chaney. Na origem da espectacularização da cidade, o autor destaca um elemento físico (a reconstrução e recuperação dos centros das cidades) ao lado de um elemento performativo (a dramatização das relações sociais em que os próprios agentes se tomam estranhos ao drama que eles próprios representam) (Chaney, 1993: 71 e ss.).
- 5 O homem e a mulher nómadas são, para G. Deleuze e F. Guatari, historicamente estacionários, já que se movem num ambiente sem fronteiras nem direcções seguras. "O nómada, afirmam os autores, move-se num espaço maleável; ele ocupa, habita, domina esse espaço; esse é o seu princípio territorial. Por conse-

- guinte, é falso definir o nómada pelo movimento... o nómada é pelo contrário, todo aquele que não se move" (Deleuze e Guatari, 1986: 51).
- 6 Nesta acção radical de auto-negação, são os próprios sujeitos que se tornam estranhos a si próprios, uma situação a que Trinh T. Minh-ha chamou de *anarquia da diferença*. A autora pretende assinalar a resistência dos sujeitos a qualquer definição rígida da sua identidade e a escolhas "territoriais" únicas. Preferimos sempre, argumenta, adoptar uma atitude de maior flexibilidade quando se trata de nos tornarmos outros e aderirmos a uma multiplicidade de "comunidades de resistência" e a combinações de subjectividades radicais, do que em continuarmos a ser nós próprios (Minh-ha, 1991).
 - 7 Adiante, ao abordar o lugar dos monumentos na cultura urbana, voltarei a esta questão da perda da aura, que, como se sabe, foi desenvolvida originalmente por Walter Benjamin (1992b).
 - 8 No capítulo 4, discute-se o modo como o próprio acto peregrínico dirigido ao Santuário de Fátima pode exercer estas mesmas funções de deslocalização das identidades de modo prolongado.
 - 9 O sentido em que me refiro a estes monumentos históricos intencionais é o utilizado por Alois Riegl, ou seja, são monumentos no sentido "etimológico", "construídos com o objectivo preciso de manter sempre presente e viva na consciência das gerações futuras a memória de uma determinada acção" (Riegl, 1984: 35). Distinguem-se, assim, dos chamados "monumentos artísticos e históricos", cujo valor e reconhecimento público decorrem não da acção "intencional" dos seus criadores, mas do alargamento dos conceitos de história, de história de arte e de memória, tal como foram evoluindo a partir do século XVIII, e cuja legitimidade resulta de um saber especializado e erudito (Riegl, 1984: 35). Este sentido é mais adequado ao tratamento das ruínas milenares, referidas na secção anterior.
 - 10 Não estou, evidentemente, a rejeitar a capacidade de datação histórica e temporal dos monumentos, quer no sentido de uma datação semelhante a que situa determinados acontecimentos sociais particulares (por exemplo, a inauguração de um monumento, ou a decisão da sua edificação), quer no sentido institucional, relativo às condições sociais e políticas subjacentes a uma tal decisão, por parte de determinados grupos ou agentes sociais. Sobre esta questão da significação histórica dos monumentos, veja-se Henri Lefebvre (1991: 115).
 - 11 Ainda a propósito do obelisco egípcio da Praça da Concórdia, Walter Benjamin interroga-se e interroga-nos acerca do sentido de glorificação ou de trivialização a que o seu significado está sujeito, ao declarar que "Dos dez mil que por ali passam, nem um pára; dos dez mil que ali param, nem um consegue ler a inscrição" (Benjamin, 1992a: 68). Para Benjamin, portanto, parece que pouco mais resta ao monumento além de registar o próprio sentido de desilusão e superficialidade de vida da metrópole.
 - 12 Sobre a tensão entre o poder da exibição museológica, a exibição do poder e a natureza dos frequentadores-consumidores dos museus, veja-se Sharon Macdonald (1998).

- 13 Existe hoje, aliás, uma marcada tendência para atribuir uma autoridade superior ao museu de acordo com a sua maior ou menor capacidade de fazer divorciar os artefactos expostos dos seus contextos originais e práticos. Contudo, como argumenta Charles Saumarez Smith, "qualquer um que tenha dado atenção ao movimento dos artefactos no interior de um museu, sabe que é farsa a presunção de tomar o artefacto estático, fixo e fora do contexto em que o seu significado e uso podem ser transformados" (Smith, 1989: 9). Por outras palavras, esta pretendida descontextualização do artefacto que o museu pretende operar, faz-se acompanhar, no quadro da exposição museológica, de uma recontextualização que inevitavelmente lhe confere outros sentidos e significados.

Capítulo 3 / Turismo, autenticidade e cultura urbana ,

- 1 Este é o sentido do cosmopolitismo "genuíno" que, de acordo com Ulf Hannerz (1996: 103), se forja na abertura a culturas divergentes e na disposição para buscar contrastes mais do que uniformidades culturais. A mobilidade e o turismo, em si, não bastam para assegurar a condição cosmopolita. Neste sentido, Paula Abreu assinala como a experiência turística internacional dos jovens portugueses corresponde a uma espécie de cosmopolitanismo amputado porquanto o gosto pela aventura e o desconhecido surge condicionado e dependente da segurança pessoal e familiar (Abreu, 1995).
- 2 Faz-se aqui um uso livre do conceito de capitalismo desorganizado da autoria de Claus Offe (1985), aprofundado, entre outros, por Scott Lash e John Urry (1987).
- 3 Esta é a questão do novo *nomadismo* e da *deslocalização* dos sujeitos que tem implicações directas não apenas ao nível da cidadania, como aqui está a ser abordada, mas igualmente ao nível do questionamento das identidades sociais. Neste último sentido, pelo facto de ter prolongamentos directos com a questão da mobilidade (e do turismo), veja-se o ensaio de Iain Chambers (1994).
- 4 Esta campanha publicitária vem na sequência de uma outra (Vá para fora cá dentro!) também ela suportada pictoricamente pelo ícone que se reproduz (de José de Guimarães) que representa um Portugal de braços convidativamente abertos.
- 5 O "inquérito" de Verão que o jornal O Público tem divulgado diariamente durante a "época alta" é um bom exemplo desta situação. Invariavelmente, aos olhos dos turistas entrevistados, os portugueses surgem como "simpáticos", "afáveis", "acolhedores", "amistosos", "calmos"...
- 6 Neste momento, referimo-nos ao primeiro dos sentidos indicados, reservando para mais adiante a referência a "imagem" enquanto marca de autenticidade
- 7 A cultura do consumo foi sempre subsidiária da cultura visual e ambas estão presentes na formação da pós-modernidade. Entre aqueles que caucionam esta articulação encontram-se Fredric Jameson (1984): a flexibilização do capitalismo conduziu à estilização da produção material; David Harvey (1989) e Sharon Zukin (1991): o espaço urbano é visualmente ordenado, por técnicos, por

- políticos e por cidadãos; e Featherstone (1992): a vida quotidiana tornou-se objectoestético. Entre os desenvolvimentos inspirados nesta problemática entre nós, podem consultar-se, entre outros, por exemplo, Teresa Barata Salgueiro (1996), Claudino Ferreira (1995) e Paulo Peixoto (1995).
- 8 A informação contida no gráfico faz parte da pesquisa sobre as motivações dos turistas nas cidades de Évora e Coimbra (Fortuna, 1995). Entre outras técnicas de recolha de informação, a pesquisa incluiu o lançamento de um inquérito (Verão de 1994) a uma amostra de 746 turistas (414 em Coimbra e 332 em Évora). Assinalam-se aqui os valores médios, obtidos para cada um dos elementos seleccionados. Os dados pretendiam recolher uma informação abstracta do interesse dispensado e não uma avaliação específica da visita empreendida as cidades onde decorreu a inquirição, ou aos lugares referenciados.
 - 9 Este é claramente o estatuto dos museus, galerias e exposições, que aqui registam um valor médio de predisposição dos turistas para os visitarem de 22,7%. A propósito das estratégias e dos estados de espírito dos visitantes de museus, veja-se Faria (1995).
 - 10 Neste processo de sacralização, Dean MacCannell aponta diversos estádios ou fases: (i) a designação do lugar (naming); (ii) o seu destaque e notabilização (*framing* and elevation); (iii) a sua canonização (enshrinement); (iv) a sua reprodução mecânica (mechanical reproduction) em postais, fotografias, cinema, etc., e, por fim, (v), a sua reprodução social (social reproduction) quando, por exemplo, o seu nome começa a ser utilizado noutros lugares com intuítos promocionais (MacCannell, 1989: 43-45).
 - 11 Os próprios planos da fotografia são simbolicamente reveladores da superioridade do monumento. Ocupa o primeiro plano da imagem e, para além disso, domina sobranceiramente a paisagem envolvente, nomeadamente, os sinais arquitectónicos da presença da religião (a cúpula recuada da Sé de Évora), ao mesmo tempo que *inferioriza* a cultura e a arquitectura contemporânea (os edifícios do Museu e da Biblioteca Municipais).
 - 12 Adoptam-se aqui os termos utilizados por Miguel Serras Pereira na tradução portuguesa da obra de Erving Goffman (1993), para as noções de *front regions* e *back regions*, respectivamente.
 - 13 O uso desta designação deriva de ser a "fórmula" mais expedita para caracterizar os universos mentais e representacionais do turista a que estou a referir-me que, em traços largos, corresponde a um modelo compósito das "práticas" que Enk Cohen designa por "experimentais" e "existenciais" (Cohen, 1979: 189-190).
 - 14 De acordo com os dados brutos obtidos, 25% dos adeptos desta atitude são turistas com menos de 20 anos de idade, tendem a viajar na companhia de uma outra pessoa e não tencionam demorar-se mais do que um dia na cidade em que foram inquiridos (Fortuna, 1995).
 - 15 Erik Cohen, confrontado com várias generalizações analíticas do turismo e do turista, enveredou pela definição de uma tipologia de práticas turísticas (Cohen, 1979). Reconhecendo embora algumas virtudes a esta estratégia, não creio

que as *práticas* dos turistas possam, por si, esclarecer sobre os seus universos mentais e representações. Estou aliás convencido de que, em particular nas esferas do lazer e do turismo, por serem contextos "a parte", devemos partir do estudo dos universos simbólicos e dos imaginários sociais para esclarecer as práticas dos indivíduos e grupos.

- 16 Na esfera do lazer, Chris Rojek (1995) procedeu, recentemente, à análise da natureza dual do funcionamento e da organização da modernidade. Recorrendo à caracterização da modernidade como tragédia, como fez Nietzsche, Rojek põe em confronto o lado socialmente harmonizador de algumas práticas de lazer (Modernidade1) e o seu lado oposto e desestruturador (Modernidade2).
- 17 Poderia ainda acrescentar-se que o turismo é tudo isto, mas de forma "transitória, fugitiva e contingente", se se pretendesse reforçar o argumento da sua equiparação a modernidade tal como a caracterizava Baudelaire (1993:21).
- 18 Claramente positivista na sua lógica interna, o modelo de Abraham Maslow antecipa e inspira a utilização do conceito de "curso de vida" ("*life career*") utilizado em numerosos contextos de investigação sociológica, por exemplo, em estudos sobre o "desvio social". Foi a partir destas aplicações que se desenvolveu a possibilidade da ocorrência de inflexões e contingências naquilo que, de outro modo, seria uma inaceitável linearidade evolutiva do "curso de vida". Philip Pearce, que utiliza o esquema de Maslow na sua análise, enuncia algumas das situações discrepantes que admite que possam ser exploradas no estudo da "carreira" dos turistas: as necessidades mais elevadas não têm que eliminar as necessidades inferiores; os sujeitos não têm que iniciar a sua carreira no mesmo patamar de necessidades; nem têm que ali se deter por igual tempo, ou atribuir-lhe a mesma importância; o curso das necessidades pode regredir (Pearce,1988).
- 19 Classificadas de 1 (sem importância) a 3 (muito importante) foi a seguinte a grelha desdobrada de razões/motivações apresentada aos turistas: - "prazer da comida ou da bebida" / "descanso e relaxamento físico" (*Fisiológicas*); - "quebra da rotina do dia-a-dia" / "conhecimento de outros lugares" (Segurança); - "reforço de laços afectivos" / "procura de novas amizades" (Pertença); - "prestígio, prazer de viajar" / "valorização de interesses especiais" (*Auto-estima*); - "desejo de se conhecer melhor" / "bem-estar-harmonia pessoal" (Auto-realização). No caso particular das necessidades de segurança, os inquiridos foram deliberadamente confrontados com proposições de sentido negativo, pelo que a sua classificação valorativa foi invertida (Fortuna,1995). Os valores apresentados referem-se às percentagens dos entrevistados que totalizaram um valor mínimo de 5 nas classificações solicitadas (isto é posicionaram-se perante todos os pares de itens propostos).

Capítulo 4 / Estradas e santuários

- 1 Um estudo global sobre as várias dimensões sociais do fenómeno de Fátima, nomeadamente das peregrinações ao Santuário, permanece ausente das agen-

das de investigação sociológica em Portugal. Mesmo estudos parcelares, como o que aqui se apresenta, são muito pouco numerosos. No domínio das Ciências Sociais, entre as tentativas de análise científica das peregrinações ao Santuário de Fátima podem consultar-se os trabalhos de Policarpo Lopes (1986; 1989), Gisbert Rinschede (1988) e M. Fátima Rodrigues (1974). Recentemente, A. Teixeira Fernandes deu a conhecer e interpretou o lugar que os acontecimentos de 1917 em Fátima tiveram na discussão pública e no confronto entre ideários políticos diversos em Portugal (Fernandes, 1999).

- 2 Estas e outras temáticas revelam-se hoje pontos nodais da intersecção das tradições antropológica e sociológica nos estudos das peregrinações e, mais amplamente, nos estudos da religião em geral. Com efeito, as mais recentes tendências de investigação sociológica sobre a religião, beneficiando de uma longa tradição antropológica e simbólico-interaccionista, têm redefinido os seus quadros interpretativos de acordo com proposições oriundas principalmente das quatro seguintes grandes linhas de investigação: na tradição de Clifford Geertz, tem-se feito realçar não só as formas como os símbolos reflectem os arranjos sociais, mas também o modo como interferem sobre eles; na tradição dos estudos de Victor Turner, tem-se averiguado o papel das diferentes formas culturais enquanto veículos de transformação potencial das estruturas sociais; seguindo de perto o esquema conceptual de Mary Douglas, as cosmologias e as estruturas sociais surgem entrecruzadas na prática religiosa; por fim, tem-se dado atenção, na esteira de A. F. C. Wallace, as formas de articulação entre movimentos religiosos, estruturas sociais, transformações culturais e personalidade individual. Para um balanço actualizado deste entrecruzamento temático da sociologia com a antropologia e o interaccionismo simbólico, veja-se Mary Jo Neitz (1990).
- 3 Este é o caso, por exemplo, da sociedade americana. Alexis de Tocqueville foi um dos primeiros pensadores a estabelecer esta relação, depois retomada por Max Weber e, mais recentemente, entre outros, por Robert Bellah. Todos eles interpretam os Estados Unidos da América como a sociedade, simultaneamente, mais religiosa e mais secularizada. No entender de Bellah (1975), esta forte coexistência do religioso e do secular encontra-se na origem do carácter fragmentário da identidade do cidadão americano, incapaz de construir uma perspectiva holística da realidade social.
- 4 Em Portugal, a religião popular, não raramente objecto de acções de cooptação por parte da Igreja, é uma das facetas que melhor exprimem este carácter refractário das práticas religiosas, traduzindo-se, por exemplo, em formas diversas de anticlericalismo. A este propósito, vejam-se, entre outros, os trabalhos de J. Ferreira de Almeida (1987), João Pina Cabral (1981), José Cutileiro (1977), José Madureira Pinto (1985), Joyce Riegelhaupt (1982) e Moisés Espírito Santo (1980).
- 5 Em Turner, o entendimento da *communitas* é o de uma forte relação compartilhada de identificação simbólica entre os membros de um determinado ritual.

Evidentemente que, do ponto de vista da sua eficácia prática, o simbolismo que subjaz a uma tal identificação dos participantes num ritual como a peregrinação pode ser questionado: os indivíduos podem participar no mesmo ritual e, no entanto, atribuírem-lhe significados distintos. É neste sentido que Michael Sallnow põe em causa o sentido que Tumer atribui à noção de *communitas*, que, em seu entender, despreza "as descontinuidades existentes entre os diferentes grupos de devotos" (Sallnow, 1981: 177).

- 6 Adopta-se aqui, a distinção operada por Victor Turner. A *communitas* existencial ou espontânea refere-se à criação, de forma directa e imediata, de uma identidade colectiva que tende a promover, entre os sujeitos, a imagem da sua comunidade como uma comunidade livre, homogénea e não estruturada. A dimensão ideológica da *communitas* traduz, ao contrário, a conjugação de esforços para a constituição de uma comunidade utópica e exemplar de existência colectiva. A *communitas* de tipo *normativo* requer que a comunidade, para se manter e garantir a lealdade dos seus membros, mobilize e organize os seus recursos de acordo com critérios éticos e, por vezes, sociais e político-jurídicos, que regulamentam a adesão dos sujeitos (Turner, 1985: 169). Assim, por exemplo, quando caminham em grupo, os peregrinos definem regras que estipulam as condições da peregrinação, como sejam ritmos e compassos da caminhada, mecanismos de entajuda, partilha de recursos e mesmo, por vezes, a aceitação de um líder e a observação das suas recomendações.
- 7 Nestes termos, sem poder ser situada em qualquer destes extremos da conhecida dicotomia de Ferdinand Tönnies, o carácter ético da peregrinação corresponde acima de tudo à organização de uma comunidade afectiva, como definida por Herman Schmalenbach (1977), cujos laços (*Bünde*) ou relações sociais subjacentes resultam da vontade individual dos sujeitos participantes, sem que possam ser pré-definidos por relações sociais de classe, sexo, vizinhança, parentesco ou etnicidade. Para uma análise actual da contribuição teórica de Schmalenbach e da sua crítica a Tönnies e a Weber, veja-se Kevin Hetherington (1998).
- 8 Mesmo a questão da organização logística da viagem parece não reintroduzir, como à primeira vista se pensaria, e como mostraremos adiante, a estrutura social hierarquizada de partida. O tipo de serviços a que os caminhantes recorrem, dado o seu carácter não posicional e a rigidez da sua oferta não promovem, pelo seu consumo, diferenciações sociais marcantes. A pesquisa detectou, aliás, o recurso generalizado a estratégias de redução das despesas da peregrinação.
- 9 Esta questão levanta naturalmente uma interrogação acerca dos fundamentos identitários dos sujeitos que, sem poder ser desenvolvida aqui, não deve deixar de ser referida. Desde Simmel que a Sociologia interroga a sociedade local, tradicional, como instância privilegiada, senão única, da constituição de identidades. A intensificação das redes sociais de interacção e a correspondente variedade de realidades com que se confrontam os sujeitos tem levado alguns

- sociólogos a falar de uma "pluralidade de mundos" identitários que torna os sujeitos psicologicamente *homeless* (Berger, Berger e Kellner, 1973), pois que nenhum dos seus "mundos" é mais saliente que os outros na constituição do seu *self* sociológico (Cohen, Nachman e Aviad, 1987). Neste sentido, também a peregrinação se constitui como um destes mundos variados da formação identitária dos caminhantes. A outra faceta desta questão é a da forma como a comunidade de origem procede, ou não, à reinterpretação da condição nova do caminhante regressado, o que remete para as relações de poder social e para a transformação das convenções religioso-culturais vigentes nessa comunidade.
- 10 Os peregrinos inquiridos percorrem em média 199 Kms, fazendo um trajecto diário, também médio, de aproximadamente 39 Kms.
- 11 Com efeito, apenas 9 (3,8%) dos inquiridos, dos quais 8 são homens, partem sozinhos. Todos os outros organizam a partida em grupo.
- 12 A observação qualitativa realizada dá mesmo conta da oposição dos párocos a este tipo de peregrinação.
- 13 Em muitos casos regista-se a presença de um ou uma "chefe de grupo", geralmente pessoa idosa, com numerosas experiências de peregrinação e, portanto, conhecedora profunda dos seus enredos.
- 14 Cruz Vermelha Portuguesa, Cruz de Malta, Obras de Caridade Amor Divino e Auxílio ao Peregrino (OCADAP), Movimento dos Cruzados de Fátima, Corpo Nacional de Escutas, "Servitas", Forças Armadas.
- 15 Já nas peregrinações medievais, este mercado apresentava grande dinamismo. As estradas estavam peçadas de estações de apoio que forneciam diferentes tipos de serviços. A venda de relíquias funcionava como funcionam hoje os panfletos turísticos, pondo em destaque os valores típicos do lugar onde a peregrinação era dirigida. Estas relíquias tornaram-se *fetiches*, operando de acordo com os princípios de proximidade e magia contagiosa, mais do que por princípios éticos ou religiosos (Turner e Turner, 1978: 197). Os bordéis seriam tão frequentes como frequente era ouvir-se falar de adultério nos locais de visita. Gradualmente, a peregrinação foi perdendo o seu potencial religioso para se tornar uma moda, tendo passado, em consequência, a ser objecto da crítica social e satírica da Reforma (Turner e Turner, 1978: 184).
- 16 Não foi possível determinar o sentido que os peregrinos conferem a tais "excessos de austeridade". Para os caminhantes, a gestão das convicções é marcadamente individual. Quando questionados sobre se esta sobrepenalização do corpo traduz mais fortes convicções religiosas, uma maior coragem física ou uma deficiente informação, a generalidade dos inquiridos refugia-seno "não sabe/não responde", o que indicia um profundo reconhecimento da intimidade dos sentimentos e das motivações dos outros. No entanto, mostram-se complacentes e admiradores daqueles que infligem maior rigor à sua caminhada. Assim ocorre, por exemplo, quando comentam situações limite como a da peregrina que caminha de costas, porque "foi de costas que a vida sempre se virou para ela", ou da mãe que traz o seu filho consigo, ao colo ou no carrinho.

- 17 Faz-se uso aqui do modelo utilizado por Guy Michelat (1990) para a análise extensiva da identidade religiosa da população francesa.
- 18 Este procedimento tem, naturalmente, virtualidades interpretativas diversas. Dependendo do seu grau de homogeneidade e da sua consistência interna, e na medida em que seja possível estimar a capacidade preditiva de cada indicador, estas escalas permitem construir um índice sintético de religiosidade. A partir do conhecimento do comportamento de cada indivíduo em relação a um dado indicador, este expediente permite prever o seu comportamento em relação a todos os restantes. Importa apenas referir que estas escalas apresentam os seguintes coeficientes alpha: 0,836 (crenças) e 0,468 (práticas), o que denota um grau elevado de homogeneidade para a primeira, e um outro, relativamente baixo, para a segunda.
- 19 Este é um resultado esperado que pode, em grande medida, ficar a dever-se ao contexto em que foram realizadas as entrevistas. Abordados em plena peregrinação e, portanto, envolvidos directamente numa prática que classificam como religiosa, os entrevistados tendem, naturalmente, a responder positivamente quando convidados a referirem-se as suas (outras) práticas e crenças religiosas.
- 20 Vejam-se Patriarcado (1984); IPOPE (1973); Silva (1979); Almeida (1990) e outras referências bibliográficas aí indicadas.
- 21 Foi possível apurar que, uma vez alcançado o Santuário, uma grande parte dos peregrinos-caminhantes regressa a casa sem demora. Muitos voltarão a Fátima mais tarde para participar nos rituais convencionais do 13 de Maio. Ao fazê-lo, no entanto, não conservam já a sua condição de caminhantes — aquela que aqui se trata —, antes adoptando o comportamento típico de milhares de outros participantes.
- 22 Se se poderia esperar um posicionamento dos homens mais favorável à questão militar, já a primazia que atribuem a promessas por motivos de gravidez é um elemento interessante, a ser interpretado na linha das relações familiares.
- 23 O resultado do teste da amostra (chi-square) foi de $p < 0,05$ para 235 graus de liberdade.
- 24 A própria autonomia e o já referido individualismo da decisão de "ir a pé a Fátima", na medida em que minimizam, ou mesmo rejeitam, a interferência dos párocos e da Igreja Católica é um sintoma desta auto-gestão secularizante da religiosidade. O anticlericalismo desta manifestação, porém, não deve ser visto como específico dos caminhantes, já que 10% dos católicos portugueses o expressam manifestamente (IPOPE, 1973: 109).

Capítulo 5 / Paisagens olfactivas

- 1 Este reconhecimento do sentido do olfacto por parte dos pensadores iluministas, no entanto, limita-se, as mais das vezes, a classificar a sua inferioridade por comparação com outros sentidos. Assim Condillac, no seu Tratado sobre os

Sentidos, por exemplo, entende que "de todos os sentidos [o olfacto] é o que contribui menos para as operações da mente humana" (cit. in Classen, Howes e Synnott, 1994: 89). Este julgamento encontraria eco no seu contemporâneo Kant quando identificava o olfacto como o sentido orgânico de que os homens menos dependem, sendo, por isso, dispensável: "Nada compensa, afirma Kant, que o cultivemos ou refinemos de modo a alcançarmos satisfação; este sentido pode captar mais objectos de aversão do que de prazer (especialmente em lugares muito frequentados) e, para além do mais, o prazer alcançado pelo olfacto não é senão fugaz e transitório" (Kant, cit. in Classen, Howes e Synnott, 1994: 89).

- 2 São raros os estudos de estratificação social elaborados na base das capacidades olfactivas dos sujeitos. Por isso, ao falar de discriminação social por via olfactiva, deve ser assinalada a tentativa pioneira de decifrar a condição olfactiva de diferentes grupos profissionais americanos, levada a cabo por dois bio-psicólogos (Avery N. Gilbert e Charles J. Wysocki) da Monell Chemical Senses Center de Filadélfia, com o patrocínio da revista *National Geographic*. O tratamento das mais de 26.000 respostas a um questionário com amostras de odores diversos, fez destacar três variáveis dependentes (auto-classificação olfactiva dos respondentes, correcta identificação dos odores das amostras e intensidade olfactiva real), cruzadas com a condição/lugar do exercício profissional. Os desempregados apresentam valores médios negativos em todos os itens (auto-classificação olfactiva, correcta identificação dos odores e intensidade olfactiva real), em contraste manifesto com os trabalhadores domésticos (maioria feminina), que revelam valores médios superiores em todos eles. Quanto à correcta identificação dos odores, os valores médios mais elevados pertencem aos trabalhadores do sector terciário, seguidos dos operários industriais. Aqueles que exercem a sua profissão ao ar livre apresentam os índices mais elevados de intensidade ou qualidade olfactiva, seguidos pelos trabalhadores domésticos e dos operários fabris (Gilbert e Wysocki, 1987).
- 3 A designação comercial dos perfumes é um campo riquíssimo de simbologias e jogos metafóricos que têm sido objecto de análises diversas. Mariella Righini produziu um dos textos mais curiosos a este propósito, em que procura decifrar os universos simbólicos para que remetem inúmeras "marcas" de perfumes ao longo dos tempos: seja para o universo simbólico das cores, violentas e agressivas como o negro (por exemplo, *Magie Noire*, *Bois Noire*, *Or Noir*), ou de inquietude e frágeis como a cor rosa (por exemplo, *Rose Cardin*, *Rose de Nuit*); seja para o domínio do folhetim romântico (por exemplo, *Voilà pourquoi j'aimais Rosine*, *Adieu Sagesse*, *Je Reviens*); seja para a esfera da transgressão (por exemplo, *Interdit*, *Impulse*, *Escapade*, *J'ai osé*); seja mesmo para o domínio enigmático da futurologia (por exemplo, *Zen*, *Knowing*, *Création*, *Enigme*), ou ainda para a esfera dos tempos quotidianos (por exemplo, *Un Été en Provence*, *Dans la Nuit*, *Night Fall*, *Nocturne*, *Joli Soir*) (Righini, 1994).
- 4 De acordo com Yanne Fagnen (1987), John Waters, realizador de *Polyester*, distribuiu, em 1981, aos espectadores do filme, pequenas embalagens com

odores a descobrir, de acordo com a sequência das instruções e em consonância com o desenrolar das imagens.

Capítulo 6 / Paisagens sonoras

- 1 Ademais, nesta linha de argumento, são conhecidos numerosos outros trabalhos que, pese embora a sua índole mais filosófica e especulativa, conservam uma relação directa com a ciência geográfica, o urbanismo e a ordenação social de espaços e territórios [entre outros, Augoyard (1978; 1985), Amphoux (1994), Borzeix (1995), Delage (1980), Haumont (1994) e Schafer (1977; 1985), ou, entre nós, Carvalho (1990) e, num registo mais sociológico, a sistematização de Andrade (1993)].
- 2 Reconheço a influência de Paul Rodaway no que segue do presente parágrafo.
- 3 A ideia de "destraditionalização" das imagens das cidades foi já desenvolvida noutro trabalho (Fortuna, 1997b).

[Página deixada propositadamente em branco]

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, Paula, 1995, "O turismo internacional dos jovens: o universo das formas, das práticas e das representações juvenis sobre a viagem", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 69-91.
- Ackerman, Diane, 1999, *Uma História Natural dos Sentidos*, Lisboa, Temas e Debates [trad. de Sofia Gomes].
- Adorno, Theodor, 1991, *The Culture Industry*, Londres, Routledge.
- Almeida, A. Vitorino de, 1987, "O som da cidade", *Povos e Culturas*, 2, 563-569.
- Almeida, J. Ferreira de, 1987, "Párocos, agricultores e a cidade: dimensões da religiosidade rural", *Análise Social*, 96, 229-240.
- Almeida, J. Ferreira de, 1990, *Valores e Representações Sociais: Portugal, os Próximos 20 Anos* (vol. VIII), Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Amphoux, Pascal, 1994, "Environnement, milieu et paysages sonores", in Bassand, M. e Leresche, J.-P., (orgs.), *Les Faces cachées de l'urbain*, Berna, Peter Lang, 159-176.
- Anderson, Benedict, 1983, *Imagined Communities*, Londres e Nova Iorque, Verso.
- Andrade, Pedro, 1993, "As sonoridades sociais", *Actas do II Congresso Português de Sociologia*, Lisboa, Fragmentos, 82-105.
- Appadurai, Arjun, 1990, "Disjuncture and difference in the global cultural economy", in Featherstone, Mike (org.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres, Sage, 295-310.
- Ariès, Philippe, 1975, *Essais sur la mort en Occident*, Paris, Seuil.
- Augoyard, Jean-François, 1978, *Les Pratiques d'habiter R travers leç phenomenes sonores*, Grenoble, Cresson-Euterpes.
- Augoyard, Jean-François, 1985, "Les allures du quotidien", *Temps Libre*, 12, 49-56.
- Bailey, Edward, 1983, "The implicit religion of contemporary society: an orientation and plea for its study", *Religion*, 13, 69-83.
- Bakhtin, Mikhail, 1984, *Rabelais and his World*, Bloomington, Indiana University Press.
- Balandier, Georges, 1988, "Questions de nez", *Le Monde*, 2/12/ 88.

- Balibar, Etienne e Immanuel Wallerstein, 1988, *Race, nação, classe: les identités ambigües*, Paris, La Découverte.
- Baudelaire, Charles, 1993 [1863], *O Pintor da Vida Moderna*, Lisboa, Vega [trad. de Teresa Cruz].
- Baudrillard, Jean, 1987, "Modernity", *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 11 (3), 63-72.
- Baudrillard, Jean, 1991, *Simulacrose Simulação*, Lisboa, Relógio d'Água [trad. de Maria João da Costa Pereira]
- Becker, Howard S. e Michael M. McCall (orgs.), 1990, *Symbolic Interaction and Cultural Studies*, Chicago, Chicago University Press.
- Bell, Daniel, 1976, *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Londres, Heinemann.
- Bellah, Robert, 1975, *The Broken Covenant: American Civil Religion in Time of War*, Nova Iorque, Harper & Row.
- Bellah, Robert, 1985, *Habits of the Heart*, Londres, Hutchinson.
- Benjamin, Walter, 1992a [1932-38], "Infância em Berlim por volta de 1900", in idem, *Rua de Sentido Único e Infância em Berlim por Volta de 1900*, Lisboa, Relógio d'Água, 109-197 [trad. de Cláudia de Miranda Rodrigues].
- Benjamin, Walter, 1992b [1936], "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica", in idem, *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa, Relógio d'Água, 71-113 [trad. de Maria da Luz Moita].
- Bennett, Tony, 1995, *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Berger, Peter, 1973, *The Social Reality of Religion*, Harmondsworth, Penguin.
- Berger, Peter; Berger, Brigitte e Kellner, Hansfried, 1973, *The Homeless Mind*, Nova Iorque, Vintage Books.
- Berman, Marshall, 1989, *Tudo o que é Sólido se Dissolve no Ar*, Lisboa, Edições 70 [trad. de Ana Tello].
- Bhabha, Homi, 1994, *The Location of Culture*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Boorstin, Daniel, 1961, *The Image: Or what Happened to the American Dream*, Nova Iorque, Atheneum.
- Borzeix, Anni, 1995, "L'annonce sonore; un object 'méso'", *Connexions*, 65, 99-120.
- Bourdieu, Pierre, 1979, *La Distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Bowman, Glenn, 1991, "Christian ideology and the image of a holy land: the place of Jerusalem pilgrimage in the various Christianities", in Eade, John e Sallnow, Michael J. (orgs.), *Contesting the Sacred: The Anthropology of Christian Pilgrimage*, Londres, Routledge, 98-121.
- Brendon, Piers, 1991, *Thomas Cook: 150 Years of Popular Tourism*, Londres, Secker & Warburg.
- Buck-Morss, Susan, 1989, *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- Buzard, James, 1993, *The Beaten Track: European Tourism, Literature, and the Ways to "Culture" (1800-1918)*, Oxford, Clarendon Press.

- Cabral, João Pina, 1981, "O pároco rural e o conflito entre visões do mundo no Minho", *Estudos Contemporâneos*, 2-3, 75-110.
- Carvalho, António Pedro O., 1990, "Jardins urbanos da cidade do Porto: análise acústica", in *Colóquio Viver na Cidade*, Lisboa, Grupo de Ecologia Social do LNEC e Centro de Estudos Territoriais do ISCTE, 125-137.
- Chambers, Iain, 1985, *Urban Rhythms*, Basingstoke, Macmillan.
- Chambers, Iain, 1990, "A miniature history of the walkman", *New Formations*, 11, 1-4.
- Chambers, Iain, 1994, *Migrancy, Culture, Identity*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Chaney, David, 1993, *Fictions of Collective Life: Public Drama in Late Modern Culture*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Chaney, David, 1994, *The Cultural Turn: Scene-setting Essays on Contemporary Cultural History*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Chelkoff, Grégoire e Thibaud, Jean-Paul, 1992, "L'espace public, modes sensibles", *Les Annales de la Recherche Urbaine*, 57-58, 6-14.
- Choay, Françoise, 1992, *L'Allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil.
- Classen, Constance; Howes, David e Synnott, Anthony, 1994, *Aroma: The Cultural History of Smell*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Clifford, James e Marcus, George (orgs.), 1986, *Writing Culture: The Politics and Poetics of Ethnography*, Berkeley, University of California Press.
- Cohen, Erik, 1979, "A phenomenology of tourist experiences", *Sociology*, 13, 2, 179-201.
- Cohen, Erik, 1988, "Traditions in the qualitative sociology of tourism", *Annals of Tourism Research* (Special Issue), 15, 29-46.
- Cohen, Erik, Nachman, Ben-Yehuda e Aviad, Janet, 1987, "Recentering the world: The quest for "elective" centers in a secularized universe", *The Sociological Review*, 35, 2, 320-346.
- Corbin, Alain, 1982, *Le Miasme et la jonquille: l'odorat et l'imaginaire social (XVIII^e-XIX^e siècles)*, Paris, Aubier.
- Culler, Jonathan, 1981, "Semiotics of tourism", *American Journal of Semiotics*, 1, 1-2, 127-140.
- Cutileiro, José, 1977, *Ricos e Pobres no Alentejo: Uma Sociedade Rural Portuguesa*, Lisboa, Sá da Costa.
- Delage, Bernard, 1980, *Paysage sonore urbain*, Paris, Plan-Construction.
- Deleuze, G. e Guattari, F., 1986, *Nomadology: The War Machine*, Nova Iorque, Semiotext(e).
- Dobb, Edwin, 1989, "The scents around us", *The Sciences*, Nov.-Dez., 46-53.
- Dubois, Bernard, 1993, *Compreender o Consumidor*, Lisboa, D. Quixote [trad. de Francisco Velez Roxo].
- Duncan, Carol, 1991, "Art museums and the ritual of citizenship", in Karp, Ivan e Lavine, Steven D. (orgs.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington, Smithsonian Institution, 88-103.
- Durkheim, Émile, 1960, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, PUF.

- Eade, John e Sallnow, Michael J., 1991, "Introduction", in idem (orgs.), *Contesting the Sacred: The Anthropology of Christian Pilgrimage*, Londres, Routledge, 1-29.
- Eco, Umberto, 1986, *Travels in Hyperreality*, Londres e Nova Iorque, Harcourt Brace & Co.
- Eco, Umberto, 1992, *Os Limites da Interpretação*, Lisboa, Difel [trad. de José Colaço Barreiros].
- Elias, Norbert, 1987, *La Soledad de los moribundos*, México e Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- Elias, Norbert, 1989 [1939], *O Processo Civilizacional*, (1.º vol.), Lisboa, D. Quixote (2 vols.) [trad. de Lídia Campos Rodrigues].
- Elias, Norbert, 1990 [1939], *O Processo Civilizacional*, (2.º vol.), Lisboa, D. Quixote (2 vols.) [trad. de Lídia Campos Rodrigues].
- Elias, Norbert e Dunning, Eric, 1971, "Dynamics of sport groups with special reference to football", in Dunning, Eric (org.), *The Sociology of Sport*, Londres, Frank Cass, 66-80.
- Fagnen, Yanne, 1987, "Les parfums de la salle en noir", *Autrement*, 92, 198-201.
- Falk, Pasi, 1994, *The Consuming Body*, Londres, Sage.
- Faria, Margarida Lima de, 1995, "Museus: educação ou divertimento?", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 171-195.
- Featherstone, Mike, 1991, "The body in consumer culture", in Featherstone, Mike; Hepworth, Mike e Turner, Bryan S. (orgs.), *The Body: Social Process and Cultural Theory*, Londres, Sage, 170-196.
- Featherstone, Mike, 1992, "Postmodernism and the aestheticization of everyday life", in Lash, Scott e Friedman, Jonathan (orgs.), *Modernity and Identity*, Oxford e Cambridge (Mass.), Blackwell, 265-290.
- Featherstone, Mike, 1997, "Culturas globais e culturas locais", in Fortuna, Carlos (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaio de Sociologia*, Oeiras, Celta, 83-103.
- Febvre, Lucien, 1942, *Le Problème de l'incroyance au XVI^e siècle: la religion de Rabelais*, Paris, A. Michel.
- Feifer, Maxine, 1985, *Going Places*, Londres, Macmillan.
- Ferguson, Harvie, 1992, *The Science of Pleasure: Cosmos and Psyche in the Burgeois World View*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Fernandes, A. Teixeira, 1999, *O Confronto de Ideologias na Segunda Década do Século XX: à Volta de Fátima*, Porto, Afrontamento.
- Ferreira, Claudino, 1995, "Estilos de vida, práticas e representações sociais dos termalistas: o caso das termas da Curia", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 93-122.
- Fortuna, Carlos, 1993, *O Fio da Meada*, Porto, Afrontamento.
- Fortuna, Carlos, 1995, "Évora e Coimbra: turismo, cultura e centros históricos" in idem (coord.) *Turismo e Cultura em Portugal: Quatro Estudos sobre Mentalidades, Práticas e Impactos Sociais*, Relatório de Investigação, Coimbra, Faculdade de Economia e Centro de Estudos Sociais.
- Fortuna, Carlos, 1997a, "Sociologia, cultura urbana e globalização", in idem (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaio de Sociologia*, Oeiras, Celta, 1-28.

- Fortuna, Carlos, 1997b, "Destradicionalização e imagem da cidade: o caso de Évora", *in idem* (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaios de Sociologia*, Oeiras, Celta, 231-257.
- Foucault, Michel, 1979, *Discipline and Punish*, Nova Iorque, Vintage.
- Foucault, Michel, 1986, "Other spaces: the principles of heterotopia", *Lotus International*, 48-49, 9-17.
- Friedman, Jonathan, 1989, "Culture, identity, and world process", *Review*, XII, 1, 51-69.
- Fussell, Paul, 1980, *Abroad: British Literary Traveling Between the Wars*, Nova Iorque, Oxford University Press.
- Galopin, August, 1886, *Le Parfum de la femme*, Paris.
- Gay, Paul du *et al.*, 1997, *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*, Londres, Sage e Open University Press.
- Geertz, Clifford, 1973, *The Interpretation of Cultures*, Nova Iorque, Basic Books.
- Geertz, Clifford, 1983, *Local Knowledge*, Nova Iorque, Basic Books.
- Gibbons, Boyd, 1986, "The intimate sense of smell", *National Geographic*, Setembro.
- Giddens, Anthony, 1989, *A Constituição da Sociedade*, São Paulo, Martins Fontes [trad. de Álvaro Cabral].
- Giddens, Anthony, 1994, *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras, Celta [trad. de Miguel Vale de Almeida].
- Giddens, Anthony, 1992, *As Consequências da Modernidade*, Oeiras, Celta [trad. de Fernando Luís Machado e Maria Manuela Rocha].
- Giedion, Siegfried, 1978, *Espace, temps, architecture*, Paris, Denoel.
- Gilbert, Avery e Wysocki, Charles, 1987, "The Smell Survey: results", *National Geographic*, Outubro, 514-525.
- Gilligan, Carol, 1982, *In a Different Voice*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- Girard, René, 1987, *Things Hidden Since the Foudation of the World*, Londres, Athlone.
- Goffman, Erving, 1971, *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*, Nova Iorque, Harper & Row.
- Goffman, Erving, 1993 [1959], *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio d'Água [trad. de Miguel Serras Pereira].
- Halbwachs, Maurice, 1950, *La Mémoire collective*, Paris, PUF.
- Hannerz, Ulf, 1980, *Exploring the City: Inquiries Towards an Urban Anthropology*, Nova Iorque, Columbia University Press.
- Hannerz, Ulf, 1996, "Cosmopolitans and locals in world culture", *in idem*, *Transnational Connections*, Londres e Nova Iorque, Routledge, 102-111.
- Harvey, David, 1989, *The Condition of Postmodernity: An enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Blackwell.
- Haumont, Antoine, 1994, "Cultures sonores et leitrnotive dans la vie quotidienne", *in Bassand, M. e Leresche, J.-P.*, (orgs.), *Les Faces cachées de l'urbain*, Berna, Peter Lang, 177-181.

- Heinich, Nathalie, 1983, "L'aura de Walter Benjamin: note sur 'L'Oeuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique'", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 49, 107-109.
- Hervieu-Léger, Danièle, 1985, "Sécularisation et modernité religieuse", *Esprit*, 1667, 50-62.
- Hetherington, Kevin, 1998, *Expressions of Identity: Space, Performance, Politics*, Londres, Sage.
- Howes, David, 1987, "Olfaction and transition: an essay on the ritual uses of smell", *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 24, 3, 398-416.
- IPOPE, 1973, *Estudo sobre a Liberdade e Religião em Portugal*, Lisboa, Moraes.
- Jameson, Fredric, 1984, "Post-modernism or the cultural logic of late capitalism", *New Left Review*, 146, 53-93.
- Jameson, Fredric, 1988, "Cognitive mapping", in Nelson, Cary e Grossberg, Lawrence (orgs.), *Marxism and the Interpretation of Culture*, Houndmills e Londres, Macmillan, 347-357.
- Jay, Martin, 1992, "Scopic regimes of modernity", in Lash, Scott e Friedman, Jonathan (orgs.), *Modernity and Identity*, Oxford e Cambridge (Mass.), Blackwell, 178-195.
- Joshua, Isaac, 1988, *La Face cachée du moyen age*, Paris, La Brèche.
- Kellner, Douglas, 1992, "Popular culture and the construction of postmodern identities", in Lash, Scott e Friedman, Jonathan (orgs.), *Modernity and Identity*, Oxford e Cambridge (Mass.), Blackwell, 141-177.
- Kern, Stephen, 1983, *The Culture of Time and Space, 1880-1918*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- Lasch, Christopher, 1979, *The Culture of Narcissism*, Nova Iorque, Norton.
- Lash, Scott e Urry, John, 1987, *The End of Organized Capitalism*, Cambridge, Polity.
- Lash, Scott e Urry, John, 1994, *Economies of Signs and Space*, Londres, Sage.
- Lake, Max, 1990, *Odores e Sensualidade*, Lisboa, Europa-América [trad. de Raul Sousa Machado].
- le Breton, David, 1990, *Anthropologie du corps et modernité*, Paris, PUF.
- le Guérer, Annick, 1987, "Les philosophes ont-ils un nez?", *Autrement*, 92, 49-54.
- le Guérer, Annick, 1998, *Les Pouvoirs de l'odeur*, Paris, Éditions Odile Jacob.
- Lefebvre, Henri, 1991 [1971], *The Production of Space*, Oxford, Blackwell.
- Lopes, Policarpo, 1986, "Le pèlerinage à Fatima: processus d'une transaction entre tradition et modernité à partir d'une situation migratoire", *Social Compass*, 33, 1, 91-106.
- Lopes, Policarpo, 1989, "Le pèlerinage à Fatima: une expression mystique du sacré populaire", *Social Compass*, 36, 2, 187-199.
- Lowenthal, David, 1986, *The Past is a Foreign Country*, Cambridge, Cambridge University Press.

- Luhmann, Niklas, 1982, *The Differentiation of Society*, Nova Iorque, Columbia University Press.
- Lynch, Kevin, 1988 [1960], *A Imagem da Cidade*, Lisboa, Edições 70 [trad. de Maria Cristina Tavares Afonso].
- MacCannell, Dean, 1973, "Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings", *American Journal of Sociology*, 79, 3, 589-603.
- MacCannell, Dean, 1989, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Nova Iorque, Schocken Books [2.^a ed.].
- Macdonald, Sharon, 1998, "Exhibitions of power and powers of exhibition: an introduction to the politics of display", in idem (org.), *The Politics of Display*, Londres e Nova Iorque, Routledge, 1-24.
- Macdonald, Sharon e Silverston, Roger, 1990, "Re-writing the museum's fictions: taxonomies, stories and readers", *Cultural Studies*, 4, 2, 176-191.
- Marcuse, Herbert, 1964, *One-Dimensional Man*, Nova Iorque, Beacon Press.
- Martinius, W. Oosterbaan, 1986, "Questions of style and taste: art, museums and the national monuments", *The Netherlands' Journal of Sociology*, 22, 1, 18-35.
- Maslow, Abraham, 1970 [1954], *Motivation and Personality*, Nova Iorque, Harper & Row.
- McCracken, Grant, 1990, *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Bloomington e Indianapolis, Indiana University Press.
- McKewitt, Christopher, 1991, "San Giovanni Rotondo and the shrine of Padre Pio", in Eade, John e Sallnow, Michael J. (orgs.), *Contesting the Sacred: The Anthropology of Christian Pilgrimage*, Londres, Routledge, 77-97.
- Mestrovic, Stjepan, 1993, *The Barbarian Temperament*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Michelat, Guy, 1990, "L'identité catholique des français", *Revue Française de Sociologie*, XXXI, 355-388.
- Minh-ha, Trinh T., 1991, *When the Moon Waxes Red: Representation, Gender and Cultural Politics*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Montaigne, Michel de, 1937 [1580], "Des Senteurs", in idem *Essais* (Liv. I, Cap. LV), Paris, Bibliothèque Pléiade, 306-7.
- Mozzicafreddo, Juan, 1987, "Pós-modernismo e Estado-Providência", *Sociologia, Problemas e Práticas*, 3, 11-20.
- Mukerji, Chandra, 1994, "Toward a sociology of material culture: Science studies, cultural studies and the meaning of things", in Craine, Diana (org.), *The Sociology of Culture: Emerging Theoretical Perspectives*, Cambridge (Mass.), Blackwell, 143-162.
- Negrin, Llewellyn, 1993, "On the museum's ruins: a critical appraisal", *Theory, Culture and Society*, 10, 97-125.
- Neitz, Mary Jo, 1990, "Studying religion in the eighties", in Becker e McCall (orgs.), *Symbolic Interaction and Cultural Studies*, Chicago, Chicago University Press, 90-118.

- Noiriel, Gérard, 1991, *La Tyrannie du national*, Paris, Calmann-Lévy.
- Nunes, João Arriscado, 1996, "Fronteiras, hibridismo e mediatização: os novos territórios da cultura", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 45, 35-71.
- Offe, Claus, 1985, *Disorganized Capitalism*, Cambridge, Polity.
- Olsen, Donald, 1986, *The City as a Work of Art: London, Paris, Vienna*, New Haven, Yale University Press.
- Patriarcado de Lisboa, 1984, *Sondagem Sócio-religiosa à População do Patriarcado de Lisboa*, Lisboa (12 vols.).
- Pearce, Philip, 1988, *The Ulysses factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*, Nova Iorque e Berlim, Springer-Verlag.
- Peixoto, Paulo, 1995, "A sedução do consumo: as novas superfícies comerciais urbanas: um estudo de caso", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 147-170.
- Pile, Steve, 1996, *The Body and the City: Psychoanalysis, Space and Subjectivity*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Pinto, José Madureira, 1985, *Estruturas Sociais e Práticas Simbólico-ideológicas nos Campos*, Porto, Afrontamento.
- Pinto, José Madureira, 1991, "Considerações sobre a produção social de identidade", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 32, 217-231.
- Polanyi, Karl, 1944, *The Great Transformation*, Boston, Beacon Press.
- Pomian, Krzysztof, 1990, "Musée et patrimoine", in Jeudy, Henri P. (org.), *Patrimoines en folie*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 177-198.
- Porteous, J. Douglas, 1985, "Smellscape", *Progress in Human Geography*, 9, 3, 356-378.
- Przeworski, Adam, 1986, "La democracia como resultado contingente de los conflictos", *Zona Abierta*, 39-40, 1-25.
- Ribeiro, Orlando, 1968, *Mediterrâneo: Ambiente e Tradição*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Riegelhaupt, Joyce F, 1982, "O significado religioso do anticlericalismo popular", *Análise Social*, 72-73-74, 1213-1230.
- Riegl, Alois, 1984 [1903], *Le Culte moderne des monuments*, Paris, Seuil.
- Righini, Mariella, 1994, "Ces parfums qui vous parlent de vous", *Le Nouvel Observateur*, 8-14 de Dezembro, 138-142.
- Rinschede, Gisbert, 1988, "The pilgrimage center of Fátima/Portugal", in Bhendwaj, S. M. e Rinschede, G. (orgs.), *Pilgrimage in World Religions*, Berlim, Dietrich Reimer Verlag.
- Robertson, Roland, 1990, "Mapping the global condition: globalization as the central concept", in Featherstone, Mike (org.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres, Sage, 15-30.
- Rodaway, Paul, 1994, *Sensuous Geographies: Body, Sense and Place*, Londres e Nova Iorque, Routledge.

- Rodrigues, M. Fátima S., 1974, *Fátima: Problemas Geográficos de um Centro de Peregrinação*, Lisboa, Instituto de Alta Cultura.
- Rojek, Chris, 1993, *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel*, Houndmills e Londres, The Macmillan Press.
- Rojek, Chris, 1995, *Decentring Leisure: Rethinking Leisure Theory*, Londres, Sage.
- Rosenau, Pauline M., 1992, *Post-Modernism and the Social Sciences: Insights, Inroads, and Intrusions*, Princeton, Princeton University Press.
- Roudnitska, Edmond, 1987, "L'univers du parfum", *Autrement*, 92, 80-87.
- Salgueiro, Teresa B., 1996, *Do Comércio à Distribuição: Roteiro de Uma Mudança*, Oeiras, Celta.
- Sallnow, Michael, 1981, "Communitas reconsidered: the sociology of Andean pilgrimage", *Man*, 16, 2, 163-182.
- Santo, Moisés Espírito, 1980, *Comunidade Rural ao Norte do Tejo: Estudo de Sociologia Rural*, Lisboa, IED.
- Santos, Boaventura S., 1987, *Um Discurso sobre as Ciências*, Porto, Afrontamento.
- Santos, Boaventura S., 1990, "11/1992: Onze teses por ocasião de mais uma descoberta de Portugal", Coimbra, *Oficina do CES*, n.º 21.
- Santos, Boaventura S., 1993, "O Estado, as relações salariais e o bem-estar social na semiperiferia: o caso português", in idem (org.), *Portugal: Um Retrato Singular*, Porto, Afrontamento, 15-56.
- Santos, Boaveniura S., 1994, *Pelo Mão de Alice: O Social e o Político na Pós-modernidade*, Porto, Afrontamento.
- Santos, Boaventura S., 1995, *Toward a New Common Sense: Law, Science and Politics in the Paradigmatic Transition*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Santos, Boaventura S., 1997, "Por uma concepção multicultural de direitos humanos", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 48, 11-32.
- Savage, Mike, 1995, "Walter Benjamin's urban thought: a critical analysis", *Environment and Planning D: Society and Space*, 13, 197-216.
- Schafer, R. Murray, 1985, "Acoustic space", in Seamon, D. e Mugerauer, R. (orgs.), *Dwelling, Place and Environment*, Dordrecht, Martinus Nijhoff Publishers, 87-98.
- Schmalenbach, Herman, 1977 [1922], "Communion: a sociological category", in Lüschen, Gunther e Stone, Gregory (orgs.), *Herman Schmalenbach: Ori Society and Experience*, Chicago, Chicago University Press, 64-125.
- Schumpeter, Joseph, 1975 [1942], *Capitalism, Socialism and Democracy*, Nova Iorque, Harper Torchbooks.
- Sennett, Richard, 1986, *The Fall of the Public Man*, Londres, Faber & Faber.
- Sennett, Richard, 1990, *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities*, Nova Iorque e Londres, Norton.
- Sennett, Richard, 1991, "Fragments against the ruin", *Times Literary Supplement*, Fev. 8, 6.
- Shafer, R. Murray, 1977, *The Tuning of the World*, Nova Iorque, Alfred A. Knopf.
- Shields, Rob, 1991, *Places on the Margin: Alternative Geographies of Modernity*, Londres e Nova Iorque, Routledge.

- Shields, Rob, 1992, "Spaces for the Subject of Consumption", in idem (org.), *Lifestyle Skopping: The Subject of Consumption*, Londres e Nova Iorque, Routledge, 1-20.
- Shilling, Chris, 1993, *The Body and Social Theory*, Londres, Sage.
- Silva, Augusto da, 1979, "Prática religiosa dos católicos portugueses", *Economia e Sociologia*, 25-26.
- Simmel, Georg, 1959 [1911], "The ruin", in Wolff, Kurt, *Georg Simmel: 1858-1918 (A Collection of Essays)*, Columbus (Ohio), 259-266.
- Simmel, Georg, 1978 [1900], *The Philosophy of Money*, Londres, Routledge & K. Paul.
- Simmel, Georg, 1981 [1908], "Essai sur la sociologie des sens", in idem, *Sociologie et épistémologie*, Paris, PUF, 223-238.
- Simmel, Georg, 1988 [1909], "Pont et porte", in idem, *La Tragédie de la culture et autres essais*, Paris, Petite Bibliothèque Rivages, 159-166.
- Simmel, Georg, 1997 [1903], "A metrópole e a vida do espírito", in Fortuna, Carlos (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaios de Sociologia*, Oeiras, Celta, 31-43.
- Slater, Don, 1995, "Photography and modern vision: the spectacle of 'natural magic'", in Jenks, Chris (org.), *Visual Culture*, Londres e Nova Iorque, Routledge, 218-237.
- Smith, Charles S., 1989, "Museums, artefacts, and meanings", in Vergo, Peter (org.), *The New Museology*, Londres, Reaktion Books, 6-21.
- Spice, Nicolas, 1995, "Hubbub", *The London Review of Books*, 6 de Julho, 3-6.
- Spivak, Gayatri C., 1988, "Subaltern studies: deconstructing historiography", in Guha, R. e Spivak, C. G. (orgs.), *Selected Subaltern Studies*, Nova Iorque, Oxford University Press, 3-32.
- Spivak, Gayatri C., 1990, *The Post-Colonial Critic: Interviews, Strategies, Dialogues*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Stalybrass, Peter e White, Allon, 1986, *The Politics and Poetics of Transgression*, Londres, Methuen.
- Süskind, Patrick, 1986, *O Perfume: A História de um Assassino*, Lisboa, Presença [trad. de Maria Emília Serros Moura].
- Susman, Warren, 1984, *Culture as History*, Nova Iorque, Pantheon Books.
- Tarde, Gabriel de, 1985 [1890], *As Leis da Imitação*, Porto, Rés [trad. de Carlos Fernandes Maia e Maria Manuela Maia].
- Touillier-Feyrabend, Henriette, 1989, "Odeurs de séduction", *Ethnologie Française*, 19, 2, 123-128.
- Turner, Bryan S., 1984, *The Body and Society: Explorations in Social Theory*, Oxford, Blackwell.
- Turner, Victor, 1969, *The Ritual Process: Structure and Antistructure*, Nova Iorque, Aldine.
- Turner, Victor, 1973, "The center out there: Pilgrim's goal", *History of Religions*, 12, 191-130.
- Turner, Victor, 1985, *Dramas, Fields and Metaphors*, Ithaca, Cornell University Press.

- Turner, Victor e Edith Turner, 1978, *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*, Nova Iorque, Columbia University Press.
- Urbain, Jean-Didier, 1991, *L'Idiot du voyage: kistoires de touristes*, Paris, Plon.
- Urry, John, 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, Sage.
- Urry, John, 1995, *Consuming Places*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- van Gennep, Arnold, 1960, *The Rites of Passage*, Londres, Faber & Faber.
- van Reijen, Wilhelm, 1992, "Labyrinth and ruin: the return of the baroque in the postmodernity", *Theory, Culture and Society*, 9, 1-26.
- Veblen, Thorstein, 1979 [1899], *The Theory of the Leisure Class*, Harmondsworth, Penguin.
- Virilio, Paul, 1977, *Vitesse et politique*, Paris, Éditions Galilée.
- Wallerstein, Immanuel, 1979, *The Capitalist World-Economy*, Cambridge e Paris, Cambridge University Press e Maison des Sciences de l'Homme.
- Weber, Max, 1983, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, Lisboa, Presença [trad. de Ana Falcão Bastos e Luis Leitão].
- Weinstein, Deena e Weinstein, Michael, 1993, *Postmodern(ized) Simmel*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Williams, Raymond, 1977, *Marxism and Literature*, Nova Iorque: Oxford University Press.
- Wilson, John, 1988, *Politics and Leisure*, Boston e Londres, Allen & Unwin.
- Winter, Ruth, 1978, *Le Livre des odeurs*, Paris, Seuil.
- Winter, Ruth, 1987, "L'odeur de l'argent", *Autrement*, 92, 184-189.
- Wolf, Margery, 1992, *A Thrice Told Tale: Feminism, Postmodernism and Ethnographic Responsibility*, Stanford, Stanford University Press.
- Zukin, Sharon, 1991, *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*, Berkeley, University of California Press.

[Página deixada propositadamente em branco]

ÍNDICE REMISSIVO

- Abreu, P. 123
Adorno, T. 3
Almeida, A. V. 103,110
Almeida, J. F. 73,126,129
ambivalência 2, 35, 41, 43, 67, 121
Amphoux, P. 131
Anderson, B. 18
Andrade, P. 131
anonimato 2, 27, 113-114
 cf. tb. estranhamento;
 indiferença civil
Antropologia 103
Appadurai, A. 15-16
Ariés, Ph. 98
arquitetura 30, 36, 54-55, 60, 117,
 124
Augoyard, J-F. 131
autenticidade 18, 39, 41, 43, 53,
 62-64, 66, 88, 123
 mercado da 39, 62, 64, 66

Bakhtin, M. 35
Balandier, G. 96
Baudelaire, C. 125
Baudrillard, J. 3, 26, 120
Bell, D. 20
Bellah, R. 18-19,126
Benjamin, W. 7, 27, 38-40, 54-55, 57,
 66, 108, 121-122
Berman, M. 67
Bhabha, H. 27-28
Boorstin, D. 47, 53, 63, 66
Borzeix, A. 131
Bourdieu, P. 119
bruma sonora 7,108

Cabral, J. P. 126

caminhante(s) 73, 76-81, 83-84, 88
campo(s) sonoro(s) 107-108
capitalismo 11-12, 42, 49-50, 123
 desorganizado 50, 123
carnaval 69
 carnavalização 35
Carvalho, A. P. 131
Certeau, M. 29
Chambers, I. 28,123
Chaney, D. 66,121
cidadania 17, 19, 49-51, 123
Ciências Sociais 53,103-104,126
 cf. tb. Sociologia
Cohen, E. 63,124
communitas 75-76,126-127
comunidade(s) 4, 17-18, 20, 25,
 38-40, 42, 52, 61, 74, 76, 113,
 127-128
 de resistência 122
 imaginada(s) 2, 18, 38, 121
Condillac 93,129
consciência colectiva 2,3
consumo 2, 25, 32, 38-39, 42, 44,
 50-51, 53, 56-57, 62, 67-68, 115
 decultura 42
 cf. tb. cultura de consumo
 turístico 32
 visual 64
convivialidade 108
Corbin, A. 94, 98
corpo 5-6, 25, 80, 89-90, 96, 100,120
corporeidade 5-7,120
cosmopolita 49-50
 cf. tb. cultura cosmopolita
cosmopolitismo 116,123
 estético 2, 49
 sonoro 116

- Coubertain, P. 32
 crença(s) 81-85, 90
cf. tb. prática(s) religiosa(s)
 Culler, J. 63
 cultura 14-15, 17-18, 21, 25, 28, 31,
 36, 41-43, 48, 51, 53-54, 58, 66,
 68, 104
 cosmopolita 17
cf. tb. cosmopolita
 de consumo 3, 42-43, 56-57, 64,
 123
cf. tb. consumo de cultura
 individualista 19, 115
cf. tb. individualismo
 local 50, 69
 material 29, 58-59, 116
 urbana 5-6, 47, 49, 51, 53, 55, 57,
 59, 61, 63-65, 67, 69, 71,
 115, 122
 visual 53, 104-105, 123
 global 116
cf. tb. globalização
 Cutileiro, J. 126
- dádiva 89
 Delage, B. 131
 Deleuze, G. 26, 121
 desdiferenciação 51, 67, 75
 deslocalização 28-29, 33-34, 122-123
 desterritorialização 13, 15, 20
 destradicionalização 117, 131
 destruição criadora 2, 100, 121
cf. tb. Schumpeter;
 identidade(s)
- Diderot 93
 diferenciação 50, 67, 76
 Duncan, C. 34
 Dunning, E. 76
 Durkheim, É. 2, 5, 88
- Eade, J. 89
 Eco 3, 41, 43
 Elias, N. 5, 14, 24, 76, 98, 101, 107,
 120
 espacialização 68, 88
 espaço público 54, 97, 111, 115, 120
 espaços urbanos 112
 espaço privado 7, 19
 espaço(s) público(s) 7, 19, 30, 40
 estética(o) 25, 32, 34, 36, 44, 58-59,
 100
 estetização do quotidiano 34-35,
 43, 75
- estilos de vida 19, 25, 53, 56-57,
 59-60, 120
 estranhamento 26
cf. tb. anonimato; indiferença civil
- Fagnen, Y. 130
 Falk, P. 6, 120
 Faria, M. L. 124
 Featherstone, M. 5, 124
 Febvre, L. 98
 Feifer, M. 51, 63
 Ferguson, H. 38
 Femandes, A. T. 126
 Ferreira, C. vi, 73, 124
 flâneur 2, 35, 113
 fotografia 124
 Foucault, M. 5, 24, 29, 33, 60, 105
 Fourier 93
 Freud, S. 24
 fronteira(s) 1, 2, 7, 17, 24, 115,
 119-121
- Geertz, C. 17, 126
 Geografia 27, 103, 106-107
 Giddens, A. 20, 50, 115
 Girard, R. 120
 global 2, 28, 66
cf. tb. cultura global; local
 globalização 13, 16-17, 37, 66, 116
cf. tb. cultura global; localização
 Goffman, E. 62, 115, 120, 124
 Guatan, F. 121
- Halbwachs, M. 30
cf. tb. memória colectiva
 Hannerz, U. 123
 Hallé 94
 Harvey, D. 123
 Haumont, A. 131
 Hegel 93
 heterotopia 33, 60
 Hetherington, K. 127
 hibridismo 2, 29, 112
 hiper-espaço 27
 hiper-realidade 3, 43, 66
 homo sapiens 94
 hospitalidade 51-52
- identidade(s) 2, 12, 14, 16-18, 20-21,
 23-25, 30, 33, 38, 42-43, 60, 64
 68, 93, 106, 121, 123
cf. tb. destruição criadora
 Iluminismo 40

- imagem(ns) 28, 39-40, 47, 51,
 53-54, 60, 63, 68, 100, 104,
 116, 123
 culturais 114
 da cidade 103, 116, 121
 imaginação do centro 2
 indiferença civil 115
 cf. tb. anonimato; estranhamento
 individualismo 18-19, 115
 cf. tb. cultura individualista
 intermediários culturais 57, 62

 Jameson, F. 27, 123
 Jay, M. 53, 105
 Joshua, I. 13

 Kant, E. 130
 Kem, S. 26

 Lasch, C. 3, 19, 119
 Lash, S. 49-50, 123
 lazer 25, 30, 39-40, 43, 48-49, 56,
 67-68, 125
 Le Breton, D. 120
 Le Goff, J. 18
 Lefebvre, H. 37, 122
 liminandade 4, 34, 69, 75
 local 2, 13, 28, 66
 cf. tb. cultura local; global
 localização 2, 17
 cf. tb. cultura local; globalização
 Lopes, P. 126
 Lowenthal, D. 31
 lugar(es) 31-34, 36, 39, 44, 50, 56,
 57, 61, 62, 69, 88, 109, 116
 de culto 88
 cf. tb. santuário
 histórico(s) 29, 33-35, 60, 65, 120
 sagrado 74, 87
 turísticos 57, 68
 -mito 57, 68
 sentido de 28
 Luhmann, N. 11
 Lynch, D. 103

 MacCannell, D. 57, 60, 62-63, 124
 Macdonald, S. 122
 Malcolm X 73
 Marcuse, H. 3
 Marx, K. 5
 Maslow, A. 69, 125
 McCracken, G. 56
 memória 23, 28-30, 35-36, 41-43, 53,
 64, 95-96, 109-111, 122
 cf. tb. passado
 colectiva 30, 37
 cf. tb. Halbwachs
 metrópole(s) 5, 27, 104, 109, 111,
 114, 122
 Michelat, G. 83, 129
 Minh-ha, T. 122
 modernidade 16, 20-21, 24-25,
 35-36, 50-51, 53, 60, 66-67, 69,
 94, 96, 98, 112-113, 125
 cf. tb. pós-modernidade
 Monroe 99
 Montaigne, M. 93, 98
 Montesquieu 19
 monumento(s) 26, 29-30, 32-33,
 35-39, 41-44, 109, 122, 124
 Mukerji, C. 29
 museu(s) 26, 29-30, 34, 40-44, 54,
 101, 122-123
 música 108-109, 115

 Neitz, M. 126
 Nietzsche, F. 93, 97, 125
 Noiriel 17
 nómada(s) 121-122
 nomadismo 123
 Nunes, J. A. 119

 Offe, C. 123
 olfacto 93-96, 98, 129-130
 cf. tb. paisagem(ns) olfactiva(s)

 paisagem(ns) 30, 42-44, 57
 cultural 33, 35-36, 116
 olfactiva 6, 97, 99
 cf. tb. olfacto
 sonora 6, 107-109, 111-113,
 116-117
 urbana 36
 passado 2, 18, 26, 28-32, 35-38, 40,
 42-44, 58, 96, 109
 cf. tb. memória
 património 29-30, 64, 66
 da Humanidade 66
 histórico 26, 35, 64-66
 Pearce, Ph. 125
 Peixoto, P. 124
 peregrinação 4, 73, 75-77, 79-81, 84,
 86, 88-90
 peregrino(s) 73, 77, 79, 81-84, 86,
 88-90
 perfume(s) 7, 40, 97, 99-101, 130

- Pile, S. 120
 Pinto, J. M. 120, 126
 Polanyi, K. 11-12, 21
 pós-modernidade 25-26, 35, 75, 123
cf. tb. modernidade
 pós-turista 51, 63-65, 67
cf. tb. turista(s)
 prática(s) religiosa(s) 73-74, 79, 81, 83-85
cf. tb. crença(s); religiosidade
 profano 74-75
cf. tb. sagrado
 promessa 42, 86-87, 89
 Proust, M. 96
- quotidiano 24, 26-28, 35, 49, 55, 66, 69, 74-75, 80, 101, 112, 121
 cidadão 32, 112
 turístico 71
- reciprocidade 52-53
 religiosidade 73-74, 81-82, 85, 89
cf. tb. prática(s) religiosa(s)
 implícita 85
 Ribeiro, O. 106
 Riegelhaupt, J. 126
 Riegl, A. 122
 Righini, M. 130
 Rinschede, G. 126
 Rodaway, P. 107, 131
 Rodrigues, M. F. 126
 Rojek, C. 32, 125
 Rousseau 93
 ruína(s) 26, 29-33, 35-36, 41-43, 58, 122
- sacralização 57, 68, 74, 124
 dos lugares 62
 sacrifício 88-89
 sagrado 74-75, 81, 88
cf. tb. profano
 Salgueiro, T. B. 124
 Sallnow, M. 89, 127
 Santo, M. E. 126
 Santos, B. S. 16, 38, 103, 119
 Santos, M. L. L. 119
 santuário 34, 60, 75, 80, 84, 87-89
cf. tb. lugar de culto
 Schafer, R. 107-108, 131
 Schmalenbach 4, 127
 Schumpeter, J. 2, 11-12, 14, 21, 24, 120
cf. tb. destruição criadora
 secularização 74, 85, 89
 self 4, 6, 98, 128
 Sennett, R. 20, 120
 Shields, R. 68
 Shilling, C. 120
 Silva, A. 129
 Sirmmel, G. 27, 31-32, 35, 54, 58-59, 97, 100, 105-106, 110, 115, 120, 127
 sistemas periciais 114
 Smith, C. 123
 sociedade *trompe-nez* 6
 Sociologia 1, 2, 48, 53, 57, 68, 103-105, 110, 114, 116
cf. tb. Ciências Sociais
 Sociologia Urbana 111, 114
 Spivak, C. 28, 36
 Stallybrass, P. 75
 Süskind, P. 94, 96, 98
- Tarde, G. 4
 terceiras culturas 121
 terceiro espaço 2, 27, 121
 Tocqueville, A. 19, 126
 Tonnies, F. 127
 tradição 28, 62
 turismo 4, 47-51, 53, 56-57, 60, 62-63, 66-69, 76, 124
 cultural 35
 de massas 48
 turista 47-49, 51, 54-55, 60, 66-67, 69, 71, 75, 124
cf. tb. pós-turista
 Tumer, V. 4, 34, 69, 75-76, 120, 126-127
 Tumer, B. 120
- Urbain, J.-D. 61
 Urry, J. 49-51, 53, 67, 105, 123
- van Gennep, A. 4, 75
 Veblen, T. 4
 viagem 49, 67, 75, 80
- walkman 7, 115
 Weber, M. 5, 88, 126-127
 White, A. 75
 Williams, R. 25
 Winter, R. 94
- Zukin, S. 123

IMPrensa DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

2013

