

TURISMO PATRIMONIAL, CIDADE E CIVILIZAÇÃO DOS INDIVÍDUOS

*Alain Bourdin**

A associação entre turismo e património não é novidade. No século XVIII, o *Grand Tour* dos aristocratas ingleses ligava uma série de locais patrimoniais. Mas na segunda metade do século XX dá-se uma mudança de escala que modifica a natureza desta associação. Três fenómenos caracterizam esta evolução: o desenvolvimento do turismo de massas, que depois das praias e dos locais de lazer chega aos espaços patrimoniais; a diversificação do público que se interessa pelo património e a complexificação da procura que já não se limita à simples visita; o considerável aumento do número de objectos patrimoniais e a diversificação dos domínios a que pertencem. Esta mutação manifesta-se nomeadamente no espectacular desenvolvimento do turismo urbano desde há cerca de três décadas. Para tal contribuem os congressos e convenções, assim como os acontecimentos festivos (exposições, festivais, encontros desportivos) e a criação de espaços de lazer organizados (parques temáticos), mas o património urbano também faz parte das razões do desenvolvimento do turismo urbano. Para ter sucesso, o ideal é associar estes elementos: um festival torna-se mais atractivo se tiver lugar num monumento histórico, os organizadores profissionais de congressos preferem cidades históricas com uma forte oferta cultural, e a Eurodisney compreendeu rapidamente que era melhor chamar-se Disneyland-Paris e vender a cidade em conjunto com o parque temático.

A análise sociológica de tal fenómeno leva-nos a perguntar qual o lugar do turismo nos modos de vida e na dinâmica das cidades contemporâneas; que papel desempenha o acontecimento – agora indissociável do turismo; e, ainda, qual o significado da memória. Desenvolveremos aqui a ideia de que na «metrópole dos indivíduos», (Bourdin, 2005) o património animado, ou seja, transformado em objecto de acção, de lazer e de espectáculo, constitui uma oferta mais eficaz porque permite ao indivíduo organizar a sua própria impressão de estranheza

* Sociólogo e urbanista. Professor na Universidade de Paris 8. Director do Institut Français d'Urbanisme (bourdin@msh-paris.fr).

(*dépaysement*), jogando tanto com a diversidade dos ambientes como com a viagem, permite-lhe também produzir um significado ao mesmo tempo efémero e definitivo, individual e colectivo, localizado e universal.¹ Esta produção de significado tem a sua fonte na cristalização da urbanidade oferecida pelo património urbano. Questionaremos ainda quais os efeitos que isso pode ter no processo mais geral de atribuição de significado à cidade pelos seus actores e na construção da acção urbana. Mas convém, em primeiro lugar, definirmos o objecto estudado, ou seja, o património tal como é apresentado no sistema do turismo contemporâneo.

O património urbano: uma gama de produtos

O filósofo, o antropólogo, o historiador ou, numa outra perspectiva, o legislador que estabelece leis de protecção, procuram dar definições *ex ante* do património. Para cumprir o programa que acima definimos, convém evitar toda e qualquer definição desse tipo e observar o que constitui o património para a actividade turística e de que forma esta dispõe e utiliza os objectos que classifica como fazendo parte do património.

Os operadores especializados desenvolvem produtos, utilizando equipamentos para construir uma oferta de turismo patrimonial. A sua procura define-se pelo sucesso que encontra uma oferta, quando esta se cristaliza muitas expectativas pouco definidas correspondem a tendências nas modas de consumo e na cultura ambiente.

O ponto de partida são localizações (arqueológicas ou militares), monumentos (religiosos ou *royaux*) e museus. Durante muito tempo, o património turístico parecia encontrar-se apenas na Europa, predominantemente, em redor do Mediterrâneo. O património, não apenas turístico, era definido pelos europeus, e a clientela europeia parecia ser a única a quem este interessava. É verdade que o México e o Egipto entraram no jogo muito mais cedo que outros: o primeiro que por razões de identidade política valorizou muito cedo o seu património pré-colombiano, e o segundo que se reapropriou da egiptologia no momento exacto em que esta animava o movimento dos países não-alinhados, ao mesmo tempo que se apercebia dos dividendos económicos que podia retirar do turismo. Se os intelectuais europeus demoraram a compreender os fundamentos filosóficos das noções correspondentes à ideia de património noutras culturas, em Bali ou no Japão, por exemplo, os artistas e os turistas «votaram com os pés»², elegendo estes locais patrimoniais como destino. Mesmo assim, a explosão da noção de património é recente: na primeira conferência sobre a conservação dos monumentos históricos (Atenas, 1931) apenas estavam presentes europeus. Na segunda (1964)

juntaram-se a Tunísia, o México e o Peru. Em 1979, 80 países assinaram a convenção mundial do património. A atribuição da classificação “património mundial” pela UNESCO ilustra bem a sua recente evolução (Sinou, 2001).

A transformação afecta em primeiro lugar as características dos locais, dos monumentos e dos museus. Não que a Ásia ou a América (sobretudo do Sul) tenham poucos monumentos clássicos. Mas a África tem-nos em número mais reduzido e, com a sua entrada no jogo patrimonial, aparece o património natural: as reservas de animais (com ou sem safari), as quedas de água, os lagos, etc. Todos se transformam em destinos turísticos com os seus equipamentos hoteleiros, ao mesmo tempo que os mais importantes são inscritos nas listas da UNESCO. Os aglomerados urbanos (bairros históricos com ou sem monumentos) começam a impor-se: Fez, que é uma cidade histórica com poucos monumentos importantes, excluindo a mesquita Karaouine, é mais procurada que Meknes, dotada de um conjunto monumental de grande importância (a cidade imperial). A seguir às pirâmides egípcias, as pirâmides das sociedades pré-colombianas – que não são nem mosteiros, nem castelos nem edifícios religiosos clássicos – tornam-se monumentos. Ao lado dos grandes museus clássicos, como o Louvre, o British Museum ou o Museu do Vaticano, desenvolvem-se museus de arte e tradições populares ou de etnologia e ainda numerosas instalações museológicas originais, sem contar com a crescente importância dos espectáculos patrimoniais: a corrida do Palio sempre existiu, mas os Carnavais renascem e, a partir dos espectáculos de som e luz dos anos 50, desenvolvem-se todos os tipos de objectos patrimoniais.

Esta última evocação é testemunha da recente importância da animação, poderoso factor de diversificação dos produtos. A animação toma diversas formas, que muitas vezes se combinam entre si: a primeira é de constituir um conjunto patrimonial ligando localizações ou objectos por temas, o que pode gerar um discurso mais ou menos científico: no sul da França inventou-se a rota do pastel ³ e a rota da seda ⁴; os itinerários que ligam os grandes jardins ou parques da Europa têm grande sucesso. Em Inglaterra, um circuito que liga as paisagens de Constable é oferecido ao turista. Desenvolvem-se produtos turísticos a partir de antigas peregrinações (Caminho de Santiago), paisagens subaquáticas, etc. No mundo urbano, as temáticas quer da actividade industrial, quer da actividade portuária, habilmente associada à temática do mar em geral, conhecem um sucesso infalível, como são testemunha, apenas na Europa, Lisboa, Génova e outras. A oferta patrimonial das cidades dá origem a narrativas que ligam lugares (por exemplo nos percursos temáticos) e lhes conferem significado. Em França, a atribuição da classificação «cidade (ou região) de arte e de história» obriga as colectividades locais a financiar guias conferencistas que contribuem para a constituição e difusão de narrativas em que se combina o registo científico com o anedótico ou com a vida contemporânea.

A animação toma uma forma mais radical quando adopta o sistema do parque temático, levando mesmo à produção de imitações do património. O Portugal dos Pequeninos, em Coimbra entra (com as suas particularidades históricas) nesta categoria, mas também Yasmine Hammamet, quintessência – totalmente falsa – das medinas do Magreb.

A personalização é uma forma específica de tematizar: neste caso, não se oferece apenas o conhecimento do indivíduo escolhido como tema, mas a possibilidade de uma relação que se assemelha a intimidade. É o que é geralmente valorizado nas casas de artistas, sobretudo de pintores. É o mesmo interesse que encontramos na abertura de residências aristocráticas a um público de convidados/clientes, acolhidos pelos próprios proprietários: uma prática originária de Inglaterra e frequente em muitos países, entre os quais Portugal.

Mas a encenação do património passa ainda mais pelo espectáculo e pelo acontecimento. Diz-se que há em França um milhar de festivais por ano: a grande maioria tem lugar em cidades, nos locais-património, repetindo centenas de vezes os modelos de Avignon ou de Aix-en-Provence. As grandes exposições directamente ligadas ao património urbano têm um sucesso considerável: a exposição de Fabergé no Museu Hermitage de São Petersburgo recebeu um milhão de visitantes. Também acontecimentos mais modestos – começando pelas feiras de velharias que invadem as aldeias e vilas antigas – atraem numerosos visitantes. A dimensão patrimonial tem sempre o seu papel, mesmo se raramente se encontra isolada.

Uma actividade económica e actores especializados

Tudo isto é economicamente muito sério! O centro histórico de Paris recebe 22 milhões de visitantes por ano (o de Praga recebe 23). O turismo representa quase 7% do PIB francês, dos quais 40% correspondem ao turismo urbano. A França é um dos principais destinos turísticos (o primeiro em número de visitantes e o terceiro em termos de receitas) mas em muitos países (começando pela Espanha) o turismo representa uma parte bem mais importante do PIB. Podemos, sem risco de engano, considerar que, em França, o património está implicado, de uma forma ou de outra, em pelo menos um terço das receitas do turismo⁵. Assim, o património urbano é objecto de uma actividade económica significativa, com os seus actores. Estes são especialistas do património, que participam na actividade turística ou profissionais do turismo que vendem produtos ligados ao património. Na primeira categoria, as organizações internacionais ocupam um lugar importante, em particular a UNESCO e a ICOMOS. Estas definem normas (por exemplo a Carta de 1999 que define os princípios de organização do

turismo patrimonial) e contribuem para a atribuição das classificações, o que mobiliza numerosos especialistas internacionais e locais. A classificação do património mundial mobiliza os especialistas e os diplomatas, pois é frequente que os ganhos resultantes sejam consideráveis, essencialmente em termos turísticos. No terreno mobilizam-se outros especialistas do património: historiadores e arqueólogos que dão o seu contributo na produção das narrativas patrimoniais presentes nas estruturas de animação, ou que aí encontram um trabalho de férias. Em França, o estabelecimento de aldeias e regiões de arte e história deu origem a um grupo profissional, o dos animadores (muitas vezes animadoras) do património: jovens, muito bem formados e muito activos. As escavações arqueológicas atraem muitas vezes os *media* e são apresentados como verdadeiros espectáculos, assim, o arqueólogo entra no grande *casting* do espectáculo turístico.

Os profissionais clássicos do turismo mudam também: quando o centro histórico de Lyon foi classificado como património mundial, os recepcionistas dos hotéis e os taxistas receberam formação para poderem dar informações aos turistas. Mas existem também actores mais importantes, como os especialistas do turismo patrimonial: no domínio do alojamento, uma cadeia de hotéis como a dos *Paradores* acolhe os seus clientes em cerca de 90 estabelecimentos, todos objectos patrimoniais. A organização de festivais (sobretudo os mais importantes) e de acontecimentos urbanos deu origem à criação de empresas especializadas na organização e gestão dos espaços utilizados, favorecendo igualmente a especialização de alguns profissionais do espectáculo e da produção de espectáculos. Até mesmo os índios *Navajos* aprenderam a integrar os turistas nas suas longas cerimónias religiosas, mas, tendo em conta as localizações escolhidas, dificilmente poderemos falar de cidades⁶. Enfim, seria necessário evocar a actividade gerada pelos “produtos derivados”, nomeadamente na área da edição e gestão de páginas *Web*.

A relação privilegiada entre o turismo patrimonial e a cidade

Do ponto de vista restrito da actividade turística, o património urbano constitui um recurso que merece ser particularmente valorizado. Na realidade, a oferta turística depende da acessibilidade e da capacidade de alojamento, acolhimento (restauração, serviços diversos), e atracção. Esta última baseia-se em imagens que podem evoluir, mas que não são passíveis de ser infinitamente modificadas, contrariamente à crença comum. Depende igualmente das actividades (em particular de lazer) possíveis: algumas, como a praia, não necessitam de grande investimento e organização por parte do organizador⁷, outras, pelo contrário, acarretam investimentos dispendiosos numa organização complexa. Aliar um porto de recreio a uma praia, aumenta hoje em dia a atractividade de uma estância

balnear, mas representa um importante esforço financeiro e logístico. Nesta área, a tendência da procura vai no sentido de um leque de escolhas cada vez maior. Este processo corresponde ao movimento geral do modelo de consumo, que exige uma distinção cada vez maior entre os indivíduos e mais possibilidades de escolha (Bourdin, *ibid*). O turista, pelo menos o que vem dos países ocidentais, está habituado a escolher entre numerosas possibilidades e a organizar as suas actividades de forma personalizada. Imitar os outros é uma escolha individual (por vezes bem agradável), mas não pode tornar-se um constrangimento. A procura não incide sobre as actividades em si, mas sobre a possibilidade de escolher e de se diferenciar: o conteúdo das actividades permanece no domínio da oferta, que pode ter mais ou menos sucesso, como qualquer produto. É ainda essencial que a oferta atractiva seja rentável, atraindo público suficiente, cobrindo um período de tempo suficientemente longo, um volumes de negócios suficiente para amortizar os equipamentos, financiar a gestão e retirar lucro. O sucesso exige que se disponha de uma capacidade de alojamento suficiente e que se esteja numa localização acessível: Fez só teve sucesso turístico depois de o seu aeroporto ter sido equipado de maneira a poder receber todos os voos, tornando a cidade tão acessível quanto Marraquexe. Por conseguinte, o turismo desenvolve-se maioritariamente em cidades, em locais próximos de cidades ou em estreita ligação com estas, pois as cidades oferecem condições que permitem associar capacidade de alojamento, acessibilidade e atractividade. As grandes estâncias especializadas (mar, montanha) participam no universo urbano, mas estão sujeitas às condições climáticas e, quando não são favoráveis, arriscam-se a oferecer um leque demasiado reduzido de actividades. Embora centrado no mundo rural, mesmo o «turismo ecológico» funciona melhor se estiver localizado na proximidade de grandes aglomerações populacionais. A corrida está aberta às actividades independentes das contingências climáticas: é assim que a talassoterapia prolonga a actividade das cidades balneares, cujo clima apenas permite uma curta época alta. O património urbano é independente das estações, permite construir uma oferta turística diversificada ao longo de todo o ano, para diferentes públicos: quem visita a Paris histórica pode, à escolha, assistir a um espectáculo cultural no *Marais* no verão, observar as fachadas ao longo do Sena do interior de um *bateau-mouche* (numa simples excursão ou durante um jantar, ao longo do qual a paisagem urbana é iluminada por poderosos projectores), contentar-se em subir às torres de Notre Dame, visitar o Museu Picasso, instalado num palácio do século XVII, ou as inúmeras galerias em volta, ouvir um concerto numa igreja, participar num seminário ou debate intelectual num local prestigiado, jantar sob as arcadas do Palais Royal, passar os dias no Museu do Louvre, ou simplesmente passear.

Ou seja, o património urbano associa-se bem ao turismo urbano profissional: completa-se um congresso, uma exposição ou um seminário com uma visi-

ta, e esta pode contribuir para o sucesso do evento profissional. Por outro lado, poderíamos dizer que o desenvolvimento da oferta patrimonial se encontra ligado, quer à importância que os estrategas do desenvolvimento urbano acordaram a este tipo de actividades, quer à construção, de há algumas décadas a esta parte, de equipamentos destinados a atrair congressos e exposições.

Por outras palavras, o turismo é em primeiro lugar uma questão urbana, mesmo se muitas das suas imagens emblemáticas evocam o contrário. É possível que todos sonhem com uma praia interminável, numa ilha deserta, mas, geralmente, banhamo-nos numa cidade à beira-mar. Aliás, Copacabana vale bem uma ilha deserta. O património urbano constitui um recurso muito funcional para o turismo: não só atrai, como também permite diversificar a oferta. Ou seja, constitui um ambiente ideal para o desenvolvimento de actividades turísticas urbanas.

Um ambiente de urbanidade

Efectivamente, como contexto, o património contribui para a diversificação dos ambientes. Encontramos aqui uma característica fundamental da forma como a civilização dos indivíduos⁸ as nossas relações com o nosso quadro de vida. David Riesman (1964 [1950]) opunha o indivíduo «introdeterminado», modelado pela família e pela interiorização das normas transmitidas pela educação moral e profissional, ao homem «extradeterminado» (*otherdirected*) condicionado pelo mundo exterior: amigos, contactos distantes, informações dos *media*. Mostrava as dificuldades e angústias suscitadas pela passagem histórica de um ao outro. Trabalhos mais recentes, reforçados pelos testemunhos da literatura ou do cinema, evidenciaram a banalização da auto-manipulação, que consiste, habitualmente, em agir sobre os outros, sobretudo sobre o seu meio, para agir sobre si próprio: não mudo de casa porque mudo de vida, eu mudo de casa para mudar de vida. O que parece uma grande tendência que afecta a civilização combina-se com outra grande tendência difícil de explicar: a que denominamos por vezes de estetização da vida social e que aparece também como uma característica da civilização dos indivíduos.

Este tema, presente no pensamento de diversos teóricos, poderia resumir-se da seguinte forma: as sensações têm um papel mais importante na nossa relação com o mundo. Ao mesmo tempo que se reconhece e valoriza a dimensão corporal da experiência humana – na sua diversidade, privilegia-se a multiplicidade das sensações. O jogo em volta desta diversidade de sensações teve sucesso, há algumas décadas e em alguns meios, a procura do interdito e a busca de situações de perigo pessoal. Hoje em dia, este já não é um traço dominante, desenvol-

ve-se uma prática banal da diversidade de sensações e, sem dúvida, uma maior capacidade em fazê-lo de forma consciente⁹. Isto não significa que o sentido estético, enquanto expressão de um gosto construído, referente à ideia de Belo, e enquanto capacidade de o aplicar a objectos se desenvolva: é possível ter-se uma visão estética do mundo e, simultaneamente, muito «mau» gosto. Pelo contrário, a partir do momento em que a sensação se encontra no centro da experiência do mundo, a busca pela «boa sensação», ou pela sensação que responde aquilo que se deseja, desenvolve-se, e pode considerar-se que esta é de natureza semelhante à procura do Belo.

Um ambiente é uma oferta construída de sensações que, através destas, propõe um leque de comportamentos e sentimentos possíveis. Um ambiente de festa é marcado por decorações, cores e odores (o das *merguez* na grelha, por exemplo), sons, etc. Incita o indivíduo a sentir-se em festa e a participar na festa. Este exemplo não descreve nada de novo, o que o é, é a generalização da oferta de ambientes e o seu sucesso, baseado nos dois factores evocados. Um terceiro elemento reforça este processo: a oferta do ambiente contribui para limitar a incerteza do mundo urbano contemporâneo. As situações urbanas são, de facto, múltiplas e complexas, muitas vezes contraditórias, também no âmbito das sensações: para além de ser de difícil compreensão, o ambiente perceptivo não passa mensagens claras (apesar da presença, em muitas ocasiões, de fortes sinais) relativamente ao comportamento a adoptar; ele suscita muitas vezes sentimentos contraditórios. A oferta de ambientes, ao delimitar o que é aceitável e os comportamentos possíveis, reintroduz uma ordem, limitando assim a incerteza.

Assim, o património urbano constitui um suporte eficaz para a construção de uma oferta de ambiente. A grande praça do México (Zocalo), por exemplo, oferece simultaneamente, um vasto espaço aberto e monumentos que simbolizam o reino pré-colombiano, o poder político contemporâneo e a religião católica. Quando se encontra vazio, este dispositivo é portador de fortes sensações ligadas à diversidade, ao poder e à oposição das formas, ao mesmo tempo que estimula o imaginário. Transformado em local de cerimónia, de festa ou de espectáculo, este local pode constituir um extraordinário suporte de ambiente. Os Hutong¹⁰ chineses, quando são invadidos por cafés, como em Pequim, constituem uma oferta de ambiente de natureza diferente, muito calorosa para os ocidentais que ali reencontram a mitologia da aldeia (aparentemente muitos chineses sentem um ambiente diferente, e de forma negativa).

Os objectos patrimoniais inscrevem-se no jogo dos ambientes urbanos, quer os que se desenvolvem nos locais de trocas (estações, aeroportos, centros comerciais¹¹, etc.), nos espaços residenciais, que se afirmam particularmente através do tratamento coerente do espaço público (ruas, espaços verdes colectivos, pequenos equipamentos de bairro), etc. nos locais de actividade (um centro de negóci-

os como a Défense, constitui uma oferta de ambiente muito forte) ou ainda nos novos espaços de lazer, etc.

No interior desta paleta, os espaços patrimoniais, na sua grande diversidade, representam muitas vezes a encenação de uma espécie de quintessência da urbanidade: quer quando evocam os poderes, a religião ou mesmo o exército na sua dimensão mais urbana: os palácios dos reis (exceptuando Sans Souci, Versailles e alguns outros que repudiam a cidade), os territórios da aristocracia urbana (como a Via Garibaldi em Génova), ou os altos lugares do poder urbano, as catedrais, os mosteiros que organizam o espaço urbano, as igrejas das confrarias, as fortalezas, etc.; quer quando evocam e glorificam a actividade económica tradicional (a dos centros históricos) ou mais recente (a do património industrial ou portuário); quer quando evocam o convívio urbano, sob as arcadas da praça de São Marcos, nos souks das medinas do Magreb, ou nos grandes cafés tradicionais do leste europeu; quando, mais subtilmente, são testemunho da urbanização dos elementos naturais como em Veneza ou Amesterdão com as redes de antigos canais. Poderíamos multiplicar os exemplos ao infinito, mas terminaremos evocando um dos mais famosos lugares do turismo patrimonial urbano: entre o seu fresco do Bom Governo no Palazzo Publico e a corrida do Palio na praça principal, Siena apresenta-nos uma cristalização da urbanidade como a pensa o imaginário europeu, aquela cuja especificidade Max Weber tenta apreender no seu célebre texto sobre a cidade. É por isto que o património urbano, tal como aparece através do turismo, é, em primeiro lugar, o da centralidade, dos locais de reunião, de encontro, de celebração colectiva e de espectáculo.

Expressão de uma urbanidade passada mas eterna e universal, o património urbano constitui também o ambiente ideal para a urbanidade de hoje. As praças e os bairros históricos estão destinados a acolher as esplanadas, o pequeno comércio e trocas de todos os tipos. Outros eventos também lá se enquadram, em especial os eventos de natureza artística. O património urbano oferece uma atmosfera com a dupla característica de nos afastar do quotidiano, talvez até de nos retirar do ambiente familiar, dando-nos ao mesmo tempo a sensação de estarmos inscritos numa certa continuidade, mesmo numa certa familiaridade. Associa proximidade e distância. Esta associação é redobrada nas narrativas que se constroem com recurso ao suporte do património: estas evocam um pretérito perfeito, por vezes próximo quando se passa para o registo do património industrial, por vezes longínquo, quando se mobilizam as origens de uma velha cidade, mas estas narrativas exprimem simultaneamente uma vocação, um destino colectivo quer se quer a chave do sentido da situação presente, a manifestação de uma identidade.

Uma memória paradoxal

Esta capacidade de jogar com a proximidade e a distância – e de o fazer de uma forma específica – está fortemente ligada aos processos de memória e de comemoração. Detenhamo-nos por um momento nestes dois elementos e no seu significado sociológico.

A Memória Colectiva de Maurice Halbwachs (1997 [1950]) posiciona-se nos debates dos anos 30 e 40, nomeadamente com Bergson, Blondel e Marc Bloch¹². Nestes debates evidencia-se uma mudança de orientação do autor relativamente aos *Quadros Sociais da Memória* (1925). Todavia, podemos negligenciar a interpretação histórica para poder «subir para os ombros dos gigantes», como diz R. Boudon, e procurar em Halbwachs as bases para uma reflexão contemporânea. Segundo Halbwachs «só é possível recordar se nos posicionarmos do ponto de vista de um ou mais grupos e se nos reposicionarmos numa ou mais correntes de pensamento colectivo» (1997 [1950]: 65). O carácter colectivo da memória individual é assim inquestionável. O que não impede que as memórias possam ter um conteúdo original resultante da especificidade dos percursos individuais entre as memórias colectivas, logo dos «pontos de vista sobre as memórias colectivas». Ainda de acordo com Halbwachs,

«o que denominamos sentimento de unidade do nosso eu, onde por vezes encontramos um princípio original de coesão de estados, é, no fundo, apenas a consciência que tomamos, a cada momento, de pertencer simultaneamente a vários meios: mas ela só existe no presente (...). Uma série de recordações só nos parece ligada na medida em que nos podemos reposicionar no ponto de vista do grupo ou dos grupos em cujo pensamento esses estados estiveram ou ficaram em relação; e, também, na medida em que de nós depende a passagem de um grupo a outro pela mesma ordem que determinou em tempos a formação, no nosso espírito, de uma dada série de reflexões e de estados afectivos» (1997 [1950]: 89).

Halbwachs vai ainda mais longe: «Afirmaremos de bom grado que cada memória individual é um ponto de vista da memória colectiva, que este ponto de vista se altera de acordo com o lugar que nele ocupo, e que mesmo este lugar muda segundo as relações que mantenho com outros meios» (1997 [1950]: 94). Estas citações exprimem uma teoria longamente desenvolvida no livro e que, interpretada à luz dos debates actuais, conduz à formulação da ideia de que a afirmação individual se alimenta da diversidade dos grupos de referência¹³: não permanecer confinado num grupo de pertença permite atravessar muitos universos sociais nos quais se encontrarão grupos de referência, com os quais se

partilhará parcialmente e efemeramente a memória. O «lugar que ocupamos na memória colectiva» pode, como pensava indubitavelmente Halbwachs, resultar de forças que não compreendemos. Ela pode igualmente ser objecto de escolha: a circulação voluntária entre universos sociais é uma forma de entrar numa multiplicidade de memórias colectivas (mesmo que superficialmente) que permitirão a construção da individualidade. O ecletismo cultural contribui para a individualização, e a falta de capacidade de orientação histórica muitas vezes constatada nos nossos dias, não impede o acesso (superficial, mas não importa) a uma diversidade de memórias. Os meios de comunicação de massas e o turismo contribuem fortemente para tal.

O património urbano, mesmo quando não tem a forma de construções, encontra-se inscrito no espaço. Os grupos que o produzem «...desenham de alguma maneira a sua forma no solo e encontram as suas memórias colectivas no quadro espacial assim definido» (1997 [1950]: 232). A forma é o suporte da memória e o trabalho da memória como o mostram os fenómenos religiosos. Entrar num local de culto permite um pequeno acesso à memória religiosa do grupo em causa (ainda mais que dispomos de informações e que a «intuição sensível» da experiência é confortada pelo conhecimento). Mas se nos mantivermos na lógica do raciocínio de Halbwachs, constataremos que o património urbano pode exprimir tanto a memória de um grupo que já não existe, como a memória de um grupo virtual ou a de um grupo que ainda permanece vivo. Pergamo ou Efeso pertencem à primeira categoria, São Pedro de Roma, à terceira. Muitas cidades históricas situam-se na segunda, na medida em que são, apenas superficialmente a memória de grupos actuais de habitantes e exprimem mais uma «identidade» local, ou seja, a memória do grupo virtual (e por vezes actualizada) dos portadores desta identidade. Poderíamos, interpretando livremente Bourdieu, dizer que a memória se torna um capital do qual nos podemos apropriar associando a intuição sensível que provoca o património à informação dada sobre o património e à narrativa que o acompanha. Esta memória é tanto mais precisa quanto parece remeter para um grupo muito específico: o exotismo contemporâneo consome identidade; o turismo e o património são (com os *media*) os dois vectores principais deste consumo.

Se o património urbano se constitui capital e permite a apropriação da memória de um grupo desaparecido muito específico, ou dá consistência a um grupo virtual, é porque se apresenta aos visitantes, que são antes de mais urbanos, como aquela cristalização da urbanidade evocada acima e que assim simboliza uma experiência comum.

O sucesso do turismo patrimonial inscreve-se assim num processo de mundialização da cultura (Warnier 1999) que está associado à estética pós-moderna. Nesta estética, a observação ao pormenor das formas acompanha o jogo

sobre as memórias e as identidades: estas tornam-se objecto de uma espécie de mercado, no qual a raridade não se define pela dificuldade de acesso mas pela especificidade, produzida pela diversidade de elementos que compõem um conjunto patrimonial. O cosmopolitismo real pode ser assustador, mas o cosmopolitismo virtual das metrópoles do turismo patrimonial é atractivo. A referência a uma urbanidade comum constitui o cimento deste cosmopolitismo. A animação do património inclui sempre uma parte de comemoração (cf. Namer 1987). Certos museus consagrados à Segunda Guerra Mundial comemoram o Dia D a toda a hora. Outras comemorações tornam-se puramente festivas: activa-se a memória recorrendo celebrações ou rituais, mas sem que esta activação comporte, de facto, qualquer risco. A cerimónia vale por si própria, pelo espectáculo que constitui, pela emoção que provoca, pelas evocações que transporta, mas não por um significado de que seria portadora. O acontecimento – que não é uma comemoração – ganha frequentemente esta dimensão quando ocorre num contexto patrimonial. Falar de simulacro, como o fariam certos comentadores da pós-modernidade, é sem dúvida um erro. O melhor será, como Simmel, ver aí um processo de desdobramento de natureza semelhante às formas de sociabilidade: esta comemoração sem objecto é ainda a forma pura da comemoração, tal como o património, sem ligação a um grupo existente, pode constituir a forma pura da memória colectiva. Estas formas puras podem igualmente alimentar quer exigência e a elegância de uma estética de vocação universal e intemporal, a exigência de uma cultura da humanidade, quer o jogo gratuito das formas vazias; exactamente como a conversa se pode tornar uma arte de crescente exigência ou uma tagarelice totalmente fútil.

O turismo patrimonial contra a dinâmica urbana?

Entre as críticas mais frequentemente formuladas contra o turismo urbano patrimonial, há uma que consiste em invocar a apropriação das identidades locais pelos turistas em detrimento dos habitantes, ou ainda a falsificação dessas identidades. O que se constata é raramente dessa natureza. Observa-se antes a reinvenção de uma identidade em proveito do turismo: a memória de um grupo desaparecido, ou pelo menos virtual, é reactivada e reapropriada, muitas vezes num mesmo movimento, pelos turistas exteriores e pelos actores locais. Hoje, na região (entidade político-administrativa) da Bretanha, os nomes das aldeias e das ruas das cidades estão traduzidas em bretão nas placas de sinalização. Acontece simplesmente que toda uma parte da região (nomeadamente a sua capital, Rennes) nunca falou a língua bretã (céltica) mas a língua Gallo, uma língua românica (*d'oïl*, como o francês). Esta prática proclama (pela memória linguísti-

ca) um grupo que, indubitavelmente, nunca existiu, ou, se preferirmos, um grupo virtual delimitado pelas fronteiras administrativas da Bretanha. Os turistas ávidos dos sinais de “bretonidade” contribuem, pelo menos tanto quanto o pequeno grupo de radicais bretões, a dar consistência a esta invenção de património. De passagem, contribuem para a neutralização ou destruição da memória Gallo¹⁴. O turista é um actor da produção patrimonial, desta e de muitas outras formas. No caso do património urbano, a diversidade dos objectos suporte do património é multiplicada pela dos indivíduos e dos grupos que participam na actividade turística. A produção de património e de valores patrimoniais – ou seja, de interpretações e de discursos sobre o património – pode então tornar-se um processo infinito, no qual a acção dos visitantes e a dos habitantes e produtores de património se funde indissolivelmente.

Os efeitos sobre o significado da cidade, para os que o praticam e para os que o constituem, são, pelo contrário, importantes. Nas grandes cidades contemporâneas, o significado do mundo, da acção colectiva, do meio em que nos movemos, ou simplesmente da vida individual, é incessantemente posto em causa pelos efeitos do movimento e da incerteza, da falta de quadros de referência imutáveis e partilhados de forma alargada, da corrupção geral do significado que produz a lógica actual do consumo. A produção patrimonial desempenha um papel importante neste movimento do significado, tanto mais que aparece como portadora da universalidade e da durabilidade. Podemos assim encontrar três casos, muito diferentes nas suas consequências.

É possível, em primeiro lugar, que a produção patrimonial seja sustentada por um projecto – e a procura de uma mobilização local pode tornar a cidade num actor num mercado concorrencial. A municipalidade de uma antiga cidade industrial e portuária reinventa toda uma história operária que associa a locais emblemáticos, e a narrativa que constrói serve para justificar e ilustrar um projecto de desenvolvimento local. Os turistas, ao entrarem no jogo (o que supõe evidentemente que a oferta produzida com base neste ponto de partida seja atractiva) sustentam este discurso e contribuem para a sua força. O facto de lhe adicionarem alguma poesia apenas reforça o poder deste discurso. Aqui, o turismo contribui ao seu nível, para a formação do «projecto urbano»¹⁵. Este caso supõe que exista uma forte vontade de produção de um discurso patrimonial directamente ligado a objectivos estratégicos e a uma afirmação local que a suporta.

Mas acontece também o triunfo de um desenvolvimento «narcisista» do património urbano. Isto produz-se nomeadamente em cidades que dispõem de um importante património arquitectónico e que não têm outros projectos senão acolher turistas. Encontramo-nos, então, rapidamente numa situação em que a característica da cidade é ser um local de património: a memória específica ligada a este património torna-se cada vez menos importante e a cidade transforma-se numa «forma pura» da memória, da comemoração e da urbanidade de que se

falava. Isto convém a um público muito diversificado que pode assumir o que quiser e atribuir os significados (eventualmente muito biográficos e completamente desligados da história real do lugar onde se encontra) que lhe convenham. Em termos simples, chegamos à lógica da cidade-museu, mas esta não aparecerá necessariamente como museu de qualquer coisa, antes como museu em si. É esta dimensão patrimonial abstracta e caleidoscópica que dá à cidade o seu significado. Um significado eventualmente «pós-moderno», mas que não dá origem a nenhuma espécie de acção, torna pelo contrário o significado da cidade num conteúdo indeterminado (multiplicidade das interpretações) ou abstracto (a antiguidade por si mesma) dominado pelo mundo exterior e não por um grupo local. De certa forma a moda do «tudo é património» - que significa transformar cada objecto com significado ou valor de memória para uma única pessoa elegível como objecto patrimonial - inscreve-se no mesmo movimento. E assistimos quotidianamente à sua eficácia mortífera.

Acontece igualmente que o património urbano subsiste unicamente como suporte de acontecimentos, comemorativos ou não. O significado da cidade, a sua capacidade de acção e de mobilização encontra-se, assim, no próprio acontecimento. A presença de património pode contribuir em muito para este processo. O tratamento do património portuário é frequentemente um pretexto para desenvolver a cidade do acontecimento. O que pode provocar mobilizações extraordinárias, sobretudo quando existem em potência, sem o acontecimento. O carácter positivo do acontecimento, nomeadamente no plano da atractividade, nunca é posto em causa. Mas se não estiver associado a um projecto forte, se o património mobilizado não assumir o seu significado relativamente a este projecto, será que não nos encontramos num caso próximo da «cidade-museu»? A cidade torna-se o palco de um grande espectáculo, mas o que fica quando o espectáculo acaba? Que discurso, que significado para os que ficam e para os turistas de amanhã? Fica-se com a sensação de que a encenação do património urbano é bem sucedida quando se encontra associada a um projecto urbano muito forte, partilhado por numerosos actores. É esta a razão pela qual a receita que tem sucesso em Barcelona, não tem qualquer razão para ter sucesso no Rio.

Conclusão

Atribuir significado à memória, mesmo quando se trata de uma memória reinventada, não é suficiente para desenvolver a criatividade de que a cidade, e ainda mais as metrópoles, necessitam. Os inovadores culturais são provavelmente indispensáveis (é pelo menos esta a tese de inúmeros analistas, tese que Richard Florida [2002] leva ao extremo) ao movimento geral da inovação urbana.

As críticas ao turismo patrimonial urbano são muitas vezes mal acolhidas, pois referem-se habitualmente a uma exigência de autenticidade que não corresponde a grande coisa – o património é necessariamente um trabalho do presente sobre o passado e não uma restituição impossível. Tais críticas desenvolvem teorias da preservação dos objectos patrimoniais, muitas vezes elitistas e dificilmente defensíveis (mesmo, se de um ponto de vista egoísta, muitas vezes as partilhamos secretamente): em nome de quê se interdita o património aos que não o compreendem como especialistas?

Por outro lado, devemos interrogar-nos sobre a dimensão cultural deste turismo e sobre os efeitos que acarreta relativamente ao significado da cidade. A lógica da cidade museu, toda património ou toda evento, arrisca-se a ir contra o desenvolvimento de uma dinâmica urbana autónoma. A produção do património turístico a partir do discurso que exprime um projecto urbano escapa a esta crítica. Mas por outro lado, mesmo neste caso, o recurso à memória e à organização do mundo que a pode acompanhar não poderiam substituir a indispensável desordem da criatividade e dos seus portadores, que sustenta a inovação que faz a dinâmica das cidades.

Quando na cidade «tudo é apenas ordem, beleza, luxo, calma e voluptuosidade» o definhamento urbano não se encontra longe.

Tradução de Ana Patrícia Pereira

Notas

- ¹ N.T. A impressão de estranheza não é neste contexto necessariamente desagradável sendo positivamente sentida pelos indivíduos e mesmo procurada como fonte de prazer
- ² N.T. «*voté avec leur pieds*», no original. De acordo com o autor, trata-se de uma referência originária da ciência política americana, fundada no trabalho de Albert Hirshman (*Exit, voice and loyalty. Responses to decline in firms, organizations, and states*, [1ª Edição 1970]) e pretende dar conta de uma gama de opções de conduta perante determinadas condições económicas, políticas ou organizacionais, entre outras. «*Voter avec leur peids*» designa um comportamento mais próximo do tipo *exit* do que *voice* – por exemplo, eleitores que considerando elevada a carga fiscal vigente na municipalidade da sua residência optam por mudar de lugar de residência face à opção de esperar pelas eleições para votar contra a política do município.
- ³ Planta da qual é extraído um corante azul que fez a fortuna dos cultivadores do Laugarais e dos comerciantes de Toulouse durante o Renascimento.
- ⁴ Que nada tem a ver com a Rota da Seda do Oriente: esta liga diversas localizações da região de Cévennes onde se produzia e se trabalhava a seda.
- ⁵ Seria necessário ter em consideração a parte de actividade de lazer não turístico ligada ao património.

- ⁶ O leitor que queira saber mais acerca destas cerimónias sem consultar obras demasiado académicas, poderá consultar com resultados eficazes os romances policiais e etnológicos de Tony Hillerman.
- ⁷ Admitindo que as questões de saneamento (logo, de poluição das praias) sejam consideradas do domínio do alojamento.
- ⁸ Utilizo aqui o termo civilização numa definição que corresponde em parte à que desenvolveu toda uma corrente de pensamento das ciências humanas francesas. Encontramo-la em Durkheim e Mauss na sua *Nota sobre a noção de civilização*: “A civilização é [...] uma espécie de meio moral que engloba um determinado número de nações, sendo cada cultura nacional apenas uma forma particular do todo.”, mas também em muitos outros autores (por exemplo, na linhagem da escola francesa de sociologia, em J. Soustelle (1967), e Samuel Huntington também não se encontra longe). Assim, uma civilização caracteriza-se como um grande modelo de relação com o mundo, comum a um conjunto de sociedades ou de culturas, que prevalece ao longo do tempo. A ideia de uma civilização dos indivíduos permite caracterizar o que congrega grupos sociais muito diferentes, mas cuja relação com o mundo se encontra fortemente marcada pela valorização radical e sistemática do indivíduo. Ela dá conta, nomeadamente, do facto que as fronteiras se estendem para lá daquilo que podemos apelidar como civilização ocidental.
- ⁹ Esta questão necessitaria de longos desenvolvimentos, para além de que os debates acerca do domínio da percepção visual ligado à escrita e o seu efeito anestésico sobre os outros sentidos se encontra em desenvolvimento à muito tempo. No final dos anos 60, os livros de M. McLuhan (nomeadamente *Understanding Media*) conferiram a estes debates uma grande visibilidade
- ¹⁰ Bairros históricos constituídos por ruelas de casas baixas tradicionais
- ¹¹ Onde não se hesita em mobilizar ambientes com conotações patrimoniais, como se constata na zona de cafés do centro Colombo em Lisboa
- ¹² Ver a este respeito os comentários deveras esclarecedores de Gérard Namer na edição citada.
- ¹³ Ou seja, os grupos externos relativamente aos quais um indivíduo pode avaliar a sua situação ou com os quais pode partilhar a visão do mundo, os objectivos, etc. (Cf. Merton, 1953).
- ¹⁴ Mas fiquemos descansados, a reacção da região Gallo, e da sua memória, está em curso. Amanhã encontraremos turistas, de origem Gallo ou de qualquer outro canto do mundo, que se interessarão por este património mal amado. Assim vai o mundo...
- ¹⁵ Pode igualmente contribuir para a sua realização através do consumo turístico.

Referências bibliográficas

- BOURDIN, A. (2005), *La métropole des individus*, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.
- FLORIDA, R. (2002), *The Rise of the Creative Class. And how it's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, Basic Books.
- HALBWACHS, M. (1997 [1950]), *La mémoire collective*, Paris, Albin Michel
- MERTON, R. K. (1953), *Éléments de théorie et de méthode sociologique* (Traduits de l'américain et adaptés par Henri Mendras), Paris, Plon
- NAMER, G. (1987), *La commémoration en France de 1945 à nos jours*. Paris, l'Harmattan (col. Logiques sociales)

- RIESMAN, D. (1964), *La Foule solitaire*, Paris, Arthaud [tradução de *The Lonely Crowd*, 1950]
- SINOUE, A. (2001), *Dispositifs et enjeux du processus de mondialisation du patrimoine bâti*, Mémoire en vue de l'obtention de l'habilitation à diriger les recherches, Université de Paris 8, 2 volumes.
- SOUSTELLE, J. (1967), *Les quatre soleils*, Paris, Plon , (col. « Terre humaine »)
- WARNIER, J.-P. (1999), *La mondialisation de la culture*, Paris, La découverte, (col. « Repères »)