

Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACION



Rasurando guias e cartões postais: notas sobre uma experiência *couchsurfing* em Fortaleza-CE

Igor Monteiro Silva

Doutor em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC), Brasil. Pesquisador do Laboratório de Estudos e Pesquisas em Política e Cultura (LEPEC-UFC) e do Laboratório de Estudos da Oralidade (LEO-UFC), Brasil

E-mail: monteiro_igor@yahoo.com.br

Resumo:

O presente artigo tem como objetivo refletir acerca das possibilidades de consumo da cidade de Fortaleza, por parte de turistas e viajantes, para além daquelas sugeridas pelas narrativas contidas em guias turísticos e cartões-postais. A ideia, portanto, é pensar sobre expressões de negociação, ou mesmo de recusa, frente aos discursos que atribuem a determinados lugares da cidade a qualidade de “turísticos”.

Palavras-chave: práticas turísticas – experiências de viagem – narrativas turísticas – *Couchsurfing* – consumo turístico.

1 FORTALEZA COMO LUGAR TURÍSTICO

O olhar percorre as ruas como se fossem páginas escritas: a cidade diz tudo o que você deve pensar, faz você repetir o discurso, e, enquanto você acredita estar visitando Tamara, não faz nada além de registrar os nomes com os quais ela define a si própria e todas as suas partes.
(Ítalo Calvino, *As Cidades Invisíveis*).

Em artigo recentemente publicado, um famoso portal de notícias brasileiro afirmava que Fortaleza havia sido considerada a “capital mais desejada pelos turistas”¹. Tal afirmação baseava-se em uma pesquisa efetuada pelo Ministério de Turismo, o Mtur, que buscou saber informações acerca das intenções de viagem dos brasileiros para os próximos

1 Disponível em <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/10/fortaleza-e-capital-mais-desejada-pelos-turistas-diz-pesquisa-do-mtur.html> e acessada em 06/10/2014.

seis meses. No que diz respeito aos destinos mais procurados do país, é importante frisar, Fortaleza foi apontada ainda como a segunda colocada, ficando atrás apenas do Arquipélago de Fernando de Noronha, o que revela o grande protagonismo da região Nordeste quando se trata deste tema.

O posicionamento de Fortaleza entre os principais destinos turísticos do país, se também analisados os dados produzidos localmente, passa ao largo de constituir-se como surpresa. A SETUR², por exemplo, divulga anualmente indicadores que se referem a um substancial incremento da demanda turística na cidade, especialmente, a partir da segunda metade da década de 1990. E se tomado apenas o ano de 2013, ainda sem contabilizar as visitas que tiveram a realização da Copa do Mundo como principal fator de atração, o número de turistas que desembarcou na capital cearense ultrapassa o de 03 milhões.

Mas o que Fortaleza oferece de tão especial? O que faz com que a cidade alcance tanto destaque no cenário nacional? De acordo com os próprios termos da SETUR, o “passeio” - ou seja, um tipo de turismo que se distingue do de *negócios* ou daquele referenciado pela *visita de parentes ou amigos* - configura-se como principal motivação para visitação. O citado termo, aparentemente vago, ganha concretude na medida em que é interpretado a partir de sua relação com os “atrativos naturais” locais, evocados, no de 2012, por mais de 01 milhão de pessoas como a componente central de sedução da cidade.

Contudo, apontar os “atrativos naturais” da cidade como elemento distintivo, como aquilo que justifica sua escolha como destino, talvez possa dar forma a algumas leituras equivocadas sobre a relação da capital cearense com o turismo. O mais grave destes equívocos diz respeito à uma postura que toma Fortaleza como um lugar “naturalmente” turístico. Ao contrário, para ser assim reconhecida, Fortaleza – bem como outras tantas cidades e localidades no Brasil e no mundo – foi objeto de um intenso e multifacetado investimento, foi matéria de um *processo de construção* conjugado a partir da mobilização de aspectos simbólicos e infraestruturais³.

Desse modo, são as obras – rodovias, edificações, sistemas de abastecimento de água e esgotamento sanitário etc. – executadas sob o abrigo do Prodetur, por exemplo, associadas às políticas culturais, às preocupações acerca das questões patrimoniais e identitárias, o que – junto com, sobretudo, a exploração do litoral e suas práticas (banhos de mar, esportes aquáticos, passeios pela orla etc.) - contribui para produção de Fortaleza como proeminente espaço de/para o turismo. Como assinala Castro (1999), a “qualidade turística” de um lugar é fruto da ação dos diversos atores interessados, que - por sua vez - criam “um sistema integrado de significados através dos quais a realidade turística é estabelecida, mantida e negociada”.

É necessário, ainda, se colocar que - como resultado desse “sistema de significados” - narrativas sobre a cidade são elaboradas, podendo ser modificadas ao longo do tempo, justamente, porque são da ordem da *construção*. Todavia, a despeito de suas possibilidades de mudança, são elas que, em cada época, cumprem também a importante função de motivação no que concerne à visitação turística. Entretanto, a potência das narrativas não

2 Secretaria do Turismo do Governo do Estado do Ceará (SETUR). Indicadores turísticos sobre o estado do Ceará e a cidade Fortaleza estão disponíveis em: <http://www.setur.ce.gov.br/>

3 Sobre a redefinição do “quadro simbólico” que associava o Ceará e demais estados do nordeste às problemáticas decorrentes das dinâmicas do clima semiárido, ver Dantas (2002). Acerca de mudanças arquitetônicas e infraestruturais, na cidade de Fortaleza, como esforços para inseri-las nos correntes processos de globalização, ver Maciel (2010). Para uma discussão a partir de preocupações referentes a questões como “políticas culturais”, “patrimônio” e “identidade”, ver Gondim (2007). Por fim, para uma avaliação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo no Brasil e no Ceará, ver Rodrigues (2010).

se esgota naquilo que foi destacado: “apresentando” lugares, qualidades e personagens, elas não só motivam a visita, como também, de alguma maneira, dirigem o olhar do visitante, “sugerindo” aquilo que não pode deixar de ser apreciado.

2 UMA FORTALEZA DE OLHARES SUGERIDOS

As formas que as narrativas sobre as cidades encontram para se expressar são plurais. Músicas, poesias, obras literárias e cinematográficas são bons exemplos de regimes de representação. Entretanto, para um consumo mais veloz, guias turísticos e cartões postais parecem figurar de maneira mais constante nas mãos dos turistas. Fáceis de carregar e manipular, coloridos, repletos de imagens e observações de destaque, escritos a partir de uma linguagem coloquial, anedótica, que prioriza a manutenção de uma relação informal com leitor, tais suportes trabalham sobre o um princípio de articulação entre a divulgação de informações e as práticas de visita de um lugar (BARREIRA, 2012, 2008; WELK, 2007; ROCHE, 2003).

Assim, como “manuais práticos de apresentação de cidades” (BARREIRA, 2012), os guias turísticos antecipam aquilo que pode ser encontrado em uma destinação, contribuindo para a conformação de um “olhar do turista” (URRY, 2001) que tenderá a buscar, justamente, o que foi apresentado, avaliando – inclusive - sua experiência a partir dos referenciais oferecidos. Trata-se, portanto, de uma produção narrativa que visa a constituir-se enquanto um todo coerente acerca da cidade, sugerindo os caminhos que devem ser tomados, bem como os que devem ser evitados. Em suma, como afirma Barreira (2012), há uma espécie de contrato “não revelado com o visitante”, a partir do qual será possível ter acesso a informações sobre o que deve ser conhecido, experimentado ou visitado.

Sob uma perspectiva mais imagética – embora, como dito, os guias atuais configurem-se a partir de uma multiplicidade de fotos e mapas, especialmente em suas versões digitais -, os cartões postais cumprem uma função semelhante. Como os guias, eles buscam expressar os elementos que compõem a “personalidade” ou a “identidade” de um lugar (BARREIRA, 2012, 2008). Interessante perceber que intimamente ligada aos exercícios de apresentação da cidade estrutura-se uma lógica de legitimação de lugares. Ou seja, o que é representado tanto nos postais quanto nos guias é aquilo que é *importante, digno de observação* e, em muitos casos, o que é apontado pelos próprios discursos em questão como o *imperdível* da cidade.

Ora, é nesse escopo de apresentação/representação cidadina, portanto, que reside nos guias e postais um caráter orientador da experiência de consumo, que, no limite, funciona como um verdadeiro “mapa de navegação social” (BARREIRA, 2012). Diante do exposto, é que as práticas de “exploração” da cidade de Fortaleza serão mediadas a partir de construções que a caracterizam como a “metrópole de vida noturna agitada”, “a cidade que tem balada a semana toda”, “a segunda-feira mais animada do planeta” ou ainda como o “lugar onde o verão dura o ano todo”, a “capital nacional do riso” e a “cidade onde o sol não tira férias”⁴.

4 As frases aqui reproduzidas foram utilizadas por guias de viagem para caracterizar a cidade de Fortaleza. Estes guias foram acessados no decorrer da produção de minha pesquisa de doutoramento (iniciada em 2011 e ainda em andamento) que se ocupa, em sentido geral, de “viagens independentes de longa duração”. Alguns dos guias consultados, especialmente a partir de suas plataformas virtuais, foram: “Férias Brasil”, “Guia-Ce” e “Guia Ceará Brasil”. Os *websites* da Secretaria de Turismo do Governo do Estado do Ceará e da Secretaria de Turismo de Fortaleza também foram acessados durante esse processo de investigação.

A Praia de Iracema, “com seu amplo calçadão e vida noturna”; a Avenida Beira-Mar, com sua “famosa feirinha de artesanato” e; a Praia do Futuro, com o “enorme conforto proporcionado por suas barracas”, serão alguns dos lugares sugeridos para visitação, uma vez que as qualidades acima destacadas ali supostamente se “territorializam”, ganham concretude. O mesmo devendo acontecer quando evocada uma narrativa diferente sobre a cidade, menos baseada em seus “atrativos naturais” ou em sua “dimensão lúdica”: sob uma aprecia o que valorize as “expressões culturais” e a “história local”, o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, a Catedral, o Estoril, o Mercado Central ou Passeio Público, se tornarão objetos privilegiados de observa o.

Todavia,   importante frisar que – tomando como inspira o as reflexões de Michel de Certeau (1994) – as práticas de consumo do instituido nem sempre são feitas de modo passivo. Os sujeitos lançam mão, em seu cotidiano, daquilo que o pensador franc es chamou de “táticas” e “astúcias” para muitas vezes operar desvios em rela o ao que   proposto institucionalmente. No plano do turismo, de maneira alguma as experiências dos viajantes (COHEN, 1972) devem ser tomadas como algo da ordem do homog neo⁵, elas são diversas em termos de motiva o, de programa o e, obviamente, de rela es diretas com o lugar visitado.   possível, assim, dar corpo a capacidades de *inven o* (CERTEAU, 1994) no que diz respeito às sugestões e legimita es que figuram nas narrativas de guias e cartões postais.

Nas últimas décadas, em muito como consequência do desenvolvimento e barateamento de novas tecnologias de informa o e transporte, por exemplo, tornam-se crescentes práticas de viagem que buscam se distinguir daquilo que alguns pesquisadores chamaram de “turismo de massa institucionalizado” (COHEN, 1972, 1973, 2004) ou “turismo convencional” (WELK, 2004), ambos sendo definidos por uma estreita rela o com agentes e agências turísticas, onde – mesmo diante de uma experiência de alteridade – se operava uma media o cujo objetivo principal era a “domestica o” da diferença. Esse esforço de atribui o de familiaridade no curso das viagens pode ser sintetizado na vivência de um roteiro, por parte do turista, em que tudo   previamente estabelecido, desde os horários para atividades aos lugares a serem visitados, passando, inclusive, por um deslocamento efetuado em transportes particulares com a constante interven o de um guia ou tradutor.

Backpackers (PEARCE, 1990), no exterior, e *Mochileiros* (OLIVEIRA, 2005), no Brasil, apresentam-se como as duas nomenclaturas utilizadas mais amplamente para se referir às práticas de viagem que, basicamente, buscam desviar-se das acima citadas formas de media o. Sem d vidas, o emprego de tais termos não se esquivam de conflitos, são muitos os r udos que atravessam tais constru es.⁶ Contudo, aqui figurarão, sobretudo,

5 Em meados da década de 1970, o sociólogo israelense Erik Cohen (1972) – motivado pelo crescente número de sujeitos que viajavam por prazer, bem como pelo significativo aumento de países e regiões visitadas por tais sujeitos – publicou um artigo intitulado *Toward a Sociology of International Tourism*. Naquele texto, E. Cohen buscou formular uma “abordagem teórica geral” sobre o fen meno do turismo internacional, considerando, principalmente, as rela es entre os turistas e a indústria turística estabelecida e as rela es entre os turistas e as comunidades anfitri as, comunidades que os hospedavam. Diante de tal esforço analítico, Cohen (1972) depreende a idéia da impossibilidade de se tomar a experiência turística como algo único, da ordem da homogeneidade, realçando a *variabilidade* de tal experiência.

6 Alguns pensadores tendem a considerar o termo *backpacker* como uma elabora o conceitual da ordem da exterioridade, funcionando, assim, como uma ferramenta para a defini o de uma prática de viagem que serve muito mais   academia ou ao mercado turístico que aos próprios viajantes. De fato, com uma espécie de institucionaliza o da prática de viagem *backpacker*

como um recurso explicativo para sinalizar experiências de viagem que, primeiramente, caracterizam-se por serem estruturadas por sujeitos que colocam em uma posição de centralidade a disposição para se empreender uma jornada flexível, conformada por uma maior disponibilidade de tempo, muitas vezes contabilizadas em meses e anos que em dias.

Preocupações em estabelecer contatos com distintos sujeitos durante a experiência de trânsito, sejam eles dirigidos aos habitantes dos lugares visitados ou mesmo a outros viajantes, também são presentes na denominada prática *mochileira* ou *backpacker*. Assim como há, igualmente, uma procura por engajamento em atividades informais, próprias das dinâmicas sócio-culturais das comunidades anfitriãs. Isso se deve, pelo menos em parte, à necessidade de se viajar muitas vezes sob o domínio de um orçamento diminuto, mas também constitui-se como um desejo de inserção local por parte do viajante, tendendo a valorizar as singularidades das experiências no lugar em detrimento de conjunto de ações formais, já estruturadas ou estabelecidas previamente.

A mobilização desses desejos de *flexibilidade*, *independência* e *contato* - embora não se expressem de maneira absoluta, há sempre uma fator, como será visto, de fricção por vir -, é o que parece permitir o acesso a narrativas outras sobre a cidade, para além das instituídas e legitimadas, ou seja: para além das contidas nas brochuras, catálogos, guias ou cartões postais. Segundo alguns desses viajantes, o que será representado de forma mais clara na sessão seguinte deste artigo, a prática de viagem aqui em questão pressupõe uma espécie de inclinação à “abertura” ou propensão à “exposição” que pode configurar a invenção de outros percursos nas cidades visitadas ou ainda um consumo ativo, sob outras perspectivas, no que diz respeito aos pontos turísticos e demais lugares “sugeridos” pelas narrativas que os instituem.

3 DO SOFÁ PARA UM DRAGÃO QUE JOGA CAPOEIRA

A preocupação em viajar sem ter de fazer uso de um grande orçamento, no intuito de poder estender seus deslocamentos e, assim, visitar um grande número de destinos, promove por parte dos *mochileiros* ou *backpackers* uma procura por lugares de hospedagem que demandem diárias condizentes com suas possibilidades de gasto. Desse modo, acomodações em hotéis ou pousadas localizadas em áreas turísticas ou enobrecidas das cidades em visitação podem ser evitadas. Contudo, associar tal evitação somente a questões de ordem econômica, claramente, é um equívoco em termos de interpretação desta prática de viagem.

A noção *contato*, como salientado, é componente estruturante da experiência desses sujeitos, sendo ela também diretamente responsável pela busca por outras formas de hospedagem. Sob esta perspectiva é que albergues (*hostels*) e *campings*⁷ aparecem como

– podendo ser observada na elaboração de políticas públicas, como fez o governo australiano, ou na emergência, por todo o mundo, de empresas de turismo que buscam desenvolver produtos específicos para este perfil de turista – alguns viajantes tendem à rejeitar tal termo, afirmando que nesse processo as fronteiras entre turistas institucionalizados e *backpackers* ou *mochileiros* ficaram demasiadamente borradas (LOKER-MURPHY & PEARCE, 1995; COHEN, 2004).

⁷ *Campings* podem ser mais facilmente encontrados em localidades que tem a natureza como principal fator de atração turística. Em Fortaleza, pelos menos dois se destacavam, embora pareçam estar desativados atualmente: um localizava-se na zona da Praia do Futuro e outro no bairro Água-Fria. O número de albergues, ao contrário, cresceu nos últimos anos, localizando-se sobretudo nas imediações da Praia de Iracema e do bairro Meireles, apesar de alguns também poderem ser encontrados em espaços como a Praia do Futuro e o Bairro de Fátima. Como mais um indício do citado crescimento, é válido frisar o estabelecimento recente de uma unidade em Fortaleza de uma

lugares privilegiados de acomodação. Compostos por áreas coletivas (quartos, cozinhas, espaços de lazer etc.), eles oferecem uma maior possibilidade de interação entre seus usuários, configurando-se como um importante espaço de sociabilidade e plataforma de informação, uma vez que a partir dos contatos ali estabelecidos os itinerários de viagem, por não serem fixos, podem ser repensados e reformulados, acrescidos ou mesmo diminuídos.

Além das citadas possibilidades de acomodação, “redes de intercâmbio de hospitalidade” (STERN, 2009) figuram com bastante concretude no horizonte das viagens ditas mochileiras. De uma maneira sintética, elas podem ser apresentadas como bases de dados virtuais que produzem, por meio do cadastramento de seus usuários, uma espécie de comunidade global. O escopo de tal comunidade, por seu turno, é o oferecimento gratuito de hospedagem entre seus membros. Assim, os inscritos partilham interesses, projetos ou atividades em seus *perfis virtuais*, oportunizando uma conexão *online* que muitas vezes pode transformar-se em uma interação face-a-face a partir de um pedido, e sua consequente aceitação, de acomodação em determinado destino.

Uma das mais conhecidas redes de intercâmbio de hospitalidade, atualmente, é a *Couchsurfing.org*. Criada em 2004, hoje ela possui mais de 09 milhões de membros cadastrados, situando-se em mais de 120.000 cidades espalhadas ao redor do mundo. A filosofia desta rede, apresentada em seu *website*, baseia-se no desejo de fazer um “mundo melhor” utilizando as viagens como principal ferramenta. Na realidade, o que parece estar em jogo para o *Couchsurfing.org* é, justamente, aquilo que foi apontado como um dos elementos definidores da experiência de viagem ora em apreciação: a importância do *contato*. De acordo com os responsáveis pela rede, é nas possibilidades de *conexão* entre sujeitos de distintas culturas, instrumentalizadas pelas práticas de viagem, que, por exemplo, valores como tolerância, amizade e compreensão poderiam ser difundidos pelo mundo.

A reflexão sobre estes sistemas de hospedagem, baseados numa lógica de *reciprocidade* e *gratuidade*, levanta, indubitavelmente, uma série importante de questões, tais como: as relações entre hospitalidade, mobilidade e *internet*; as possibilidades de construção de comunidades transnacionais; certa crítica a um modelo de sociabilidade turística, demasiadamente informado pelas dinâmicas do modo de produção capitalista etc. Todavia, o que interessa explorar, pelo menos de momento, são as variadas possibilidades de consumo de uma cidade ao se considerar uma relação direta entre um turista ou viajante e um membro da comunidade anfitriã.

A tese aqui contida é simples, é a de que um “desvio” no que diz respeito aos modelos convencionais de acesso à cidade – propiciados pelas agências turísticas, guias de viagem ou cartões postais - oportunizam a emergência de novas narrativas sobre a mesma, o que culmina numa prática de consumo também diferenciada: que não só se submete, mas que, por vezes, negocia ou mesmo nega aquilo que é considerado como “turístico”. Desse modo, outras vivências por parte dos viajantes em Fortaleza se materializam segundo o exercício de *surf* *um sofá* local⁸, e é sobre uma destas experiências que passo agora, sucintamente, a me reportar.

famosa cadeia internacional de albergues, cuja presença se estende por diversos países da América do Sul (Chile, Uruguai, Peru e Argentina) e várias cidades já no Brasil (Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, João Pessoa, Natal etc.).

8 Os usuários da rede *Couchsurfing.org* se reconhecem mutuamente como *couchsurfers*. O termo *couch*, traduzido para o português como “sofá”, designa não somente este objeto, mas qualquer outra superfície em que o viajante possa se acomodar na residência de seu anfitrião (cama, colchão, colchonete, redes etc.). O termo *surf*, em alusão ao esporte aquático, por seu turno, relaciona-se com a ideia de movimento, ação, deslocamento, entre tais superfícies durante uma viagem.

Conheci Tom, um americano de 22 anos, durante uma *roda* de capoeira realizada no mês de agosto do corrente ano no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (CDMAC). Ele estava recostado em uma das pilastras que sustentavam uma espécie de cúpula que, por sua vez, localizava-se bem abaixo da estrutura do Planetário Rubens de Azevedo, um dos principais equipamentos do CDMAC. Contudo, entre um movimento e outro, ele foi deixando seu lugar, aproximando-se cada vez mais do enorme círculo formado não somente pelos praticantes da capoeira, mas também pelos demais interessados que por ali passavam.

Com tal proximidade, pude perceber que Tom não parecia se tratar de um simples observador: ele trajava uma calça semelhante a dos outros praticantes, vestia uma camisa que fazia alusão a um evento de capoeira nos EUA e, além disso, por vezes, juntava-se ao coro que pronunciava os refrões das músicas mais conhecidas. Se mesmo com estes indícios persistiram ainda algumas dúvidas, elas se dissiparam no momento em que o jovem americano, de fato, passou a integrar o círculo e esperou pacientemente por sua hora de chegar a *boca da roda*, onde pediu permissão ao mestre responsável para *comprar um jogo*. Ele, definitivamente, conhecia o *ritual*⁹.

Terminado o evento, era tempo de guardar os instrumentos e confraternizar, “colocar o papo em dia” com integrantes de outros núcleos de capoeira da cidade. Sem muita cerimônia, Tom abordou o grupo com o qual estava reunido, perguntando-nos sobre informações acerca de outras *rodas* que aconteceriam no decorrer daquela semana. Dissemos que estava viajando pela América do Sul e que ainda passaria alguns dias em Fortaleza, por isso gostaria de saber sobre mais atividades relacionadas à capoeira na cidade. Falamos sobre algumas ações das quais tínhamos notícia, e ele mostrou-se bastante interessado em acompanhá-las. De minha parte, obviamente, nutri uma maior curiosidade à respeito do percurso que o americano trilhava, uma vez que pesquisava, para minha tese, questões referentes a experiências de viagem de longa duração, o que parecia ser o caso de Tom.

Assim, durante os cinco dias em que ele ficaria na capital cearense, após o citado evento e antes de sua partida para Salvador, mantivemos contato constante. Logo em uma de nossas primeiras conversas, o viajante revelou-me ser concludente de um curso de graduação em engenharia civil, sendo essa necessária passagem do “mundo dos estudos” para o “mundo do trabalho” o principal elemento motivador de sua jornada, que estava prevista para durar seis meses¹⁰. Sua idéia, sem um plano rigidamente estruturado, era,

Especificamente sobre a presença de usuários da citada rede em Fortaleza, é importante destacar a existência de um grupo ativo que propõe, por meio de uma espécie de perfil coletivo, encontros semanais (*meetings*) no intuito de se confraternizar, trocar informações sobre viagens e desenvolver habilidades em línguas estrangeiras.

9 A *roda de capoeira* é um círculo a partir do qual os capoeiristas, junto com uma bateria de instrumentos (atabaque, berimbau, pandeiros e agogô), põem em prática os movimentos aprendidos em suas trajetórias (*jogam* entre si). Faz-se mister destacar que o *jogo* não é a única dimensão da *roda*: cantar, tocar instrumentos e observar os demais capoeiristas jogando também são consideradas importantes formas de participação, sem as quais a “energia” ou o “axé” do encontro não se sustenta. Os jogos entre capoeiristas são efetuados por duplas, consistindo em um verdadeiro diálogo entre movimentos de ataque e defesa, esquivas e acrobacias, sendo a “boca da roda” - situada diante da bateria - o lugar de onde os jogos começam e, usualmente, podem ser *comprados* (quando um capoeirista pede permissão para adentrar a um jogo já começando, substituindo um dos capoeiristas em ação). As íntimas conexões da capoeira com valores tradicionais e o respeito necessário que é acarretado por tais relações investem, especialmente, o momento da *roda* de um caráter ritual.

10 O empreendimento de viagens de longa duração não se atém ao princípio da monocausalidade. No entanto, entre os sujeitos com os quais estabeleci contato durante pesquisa

basicamente, a de percorrer o maior número possível de cidades na América do Sul, dando especial ênfase ao território brasileiro, uma vez que o americano se apresentava como um “amante da capoeira”, tendo conhecido tal prática através de alguns colegas brasileiros de faculdade.

Diante de sua condição de estudante e, igualmente, de seu desejo de visitar um grande número de destinos em diferentes países, as preocupações concernentes ao orçamento que Tom dispunha para viajar eram permanentes, repercutindo, segundo ele mesmo, na escolha do “sofá” como possibilidade de acomodação. Ele afirmou ter “surfado em sofás” nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, e que aquilo o tinha feito economizar um “bom dinheiro” em lugares famosos por sua carestia, fazendo com que, em Fortaleza, também assim procedesse. No entanto, em uma de suas falas, o jovem deixa transparecer mais uma motivação, para além da econômica, para o acionamento da rede *Couchsurfing.org* com o objetivo de conseguir hospedagem:

No *Couchsurfing.org* pude fazer uma pesquisa entre os perfis de possíveis anfitriões, procurando aqueles que demonstrassem gostar de atividades ao ar-livre, de praticar esportes... Foi assim que encontrei minha anfitriã, ela é surfista, embora esteja trabalhando muito e diga que não tem mais tempo de ir para a praia. Ficar na casa de uma pessoa do local e não em um hotel, me permitiu economizar e ainda conhecer a cidade de outra maneira, a partir das dicas dela, não visitando somente as atrações turísticas marcadas nos mapas oferecidos em quase todas as cidades do mundo.

Foi, portanto, a oportunidade de conhecer a cidade a partir do direto contato com seus habitantes o que também mobilizou Tom a solicitar alojamento entre os *couchsurfers*. Do estabelecimento de uma relação concreta com um morador de Fortaleza, por exemplo, Tom acreditava poder ter acesso à dinâmica local, experimentar comidas do lugar, frequentar espaços não-turísticos, presentes no fluxo da vida cotidiana dos moradores da cidade. E foi assim, segundo o próprio Tom, que ele soube da existência da *roda de capoeira* onde havíamos nos conhecido:

Eu já sabia que o Dragão do Mar era um importante ponto turístico. Tudo que li sobre Fortaleza mencionava aquele lugar... Eu já havia me programado para visitar alguns dos museus, ver alguma exposição... Mas, provavelmente, se quisesse ir aos museus não iria fazer isso em uma sexta-feira de noite, eu só fui porque minha anfitriã disse que muitas vezes acontecem rodas de capoeira por ali.

Interessante aqui é perceber como o diálogo entre Tom e sua anfitriã parece dar vazão à certa reelaboração do Dragão do Mar enquanto ponto turístico a ser visitado em

para minha tese de doutorado, o desejo de se romper com a rotina própria da vida cotidiana era constantemente evocado como uma das principais motivações para se estar em trânsito. Essa tentativa de afastamento das rotinas, para alguns pesquisadores (RICHARDS & WILSON, 2004), implica também esforços no sentido de retardar a assunção de certos compromissos no que diz respeito a dimensões como a do trabalho ou do casamento. Tom parece estar inserido, portanto, no conjunto de sujeitos viajantes que buscam uma experiência fora da rotina cotidiana antes de, efetivamente, assumir um lugar no mundo do trabalho. É nesse momento de finalização da graduação que, por exemplo, grande parte de viajantes americanos, australianos e neo-zelandeses inicia sua jornada.

Fortaleza. Ele já figurava no conjunto de ações propostas por Tom para executar na cidade, o CDMAC seria um lugar de visitação, mas – diante das “dicas” de quem o hospeda, uma moradora local, como ele mesmo se esforçava por sublinhar – a ênfase no processo de visitação é mudada: não se visitou, por parte de Tom, o CDMAC para apreciar especificamente seus equipamentos culturais ou tampouco para divertir-se nos bares e casas noturnas de seu entorno, aspectos amplamente divulgados em brochuras, *sites* e guias turísticos. A presença de Tom no referido espaço, ao contrário, justificou-se, primeiramente, pela possibilidade de efetuação de uma prática que ali não era plenamente legitimada ou instituída: a participação em um evento de capoeira.

Embora não existam dúvidas de que a capoeira é uma expressão cultural, o que é válido frisar é que naquele lugar as indicações de consumo legitimadas pelas narrativas presentes nos guias de turísticos são outras, associando-se, como dito, à infinidade de bares que circundam o CDMAC ou, notadamente, às exposições, feiras de artesanato, concertos e obras teatrais ou cinematográficas que ali localizam-se usualmente. O “desvio” materializado pelo acesso à uma narrativa distinta sobre a cidade, sobre o próprio Dragão do Mar, mais pontualmente, permite a emergência - se não de um percurso de visitação outro - de uma atuação diferenciada naquele espaço, que negocia e às vezes passa ao largo do que é sugerido em discursos instituintes do que deve ser a prática turística.

Em uma de nossas últimas conversas, na véspera do dia em que se daria a continuidade de sua viagem rumo à Bahia, perguntei ao viajante americano se ele já tinha lugar para se hospedar: “depois de Rio, São Paulo e Fortaleza? Mais um sofá, sem dúvidas!”, ele me respondeu. Aproveitando a deixa, ainda tive tempo de provocá-lo, desafiando-o a ser capaz de evocar uma imagem que talvez pudesse resumir sua experiência na cidade de Fortaleza: de pronto ele sacou seu celular do bolso e me mostrou uma foto em que aparecia no gramado do Dragão do Mar - com as passarelas, o cinema e o teatro ao fundo - empunhando um berimbau. Vendo aquela imagem, não pude deixar de me perguntar: “Seria isso também um cartão-postal?”

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS: PENSANDO SOB RASURA

A palavra “rasura” no título desse artigo configura-se mais como uma provocação, advinda de uma livre apropriação, que qualquer tentativa de discussão acerca do uso do termo feito por pensadores como Derrida (1995) ou Hall (2000). “Rasura” aqui, simplesmente, sinaliza a necessidade de se pensar os limites de uma representação da prática turística, acena com a possibilidade, portanto, de reescrever narrativas e, por conseguinte, percursos e circuitos que atravessam o lugar visitado. Nesse sentido é que considero a experiência de Tom como de “rasura”, ela levanta pontos interessantes para se debater a “formatação” de uma concepção de turismo não somente no que diz respeito à cidade de Fortaleza, mas igualmente de modo mais geral.

Em um primeiro momento, é preciso admitir a “variabilidade da experiência turística” (COHEN, 1972, 2004). Com o incremento do número de viagens empreendidas sem a mediação de agências turísticas parece emergir uma prática de deslocamento que põe o sujeito-viajante como o ator central, o que lhe confere a possibilidade de valorizar ou avaliar sua experiência em trânsito de maneira individual, e não a partir de formas de “antecipação” dessa experiência. Desse modo, a procura por narrativas que instituem lugares e personagens de uma cidade (leia-se guias e cartões-postais) divide espaço com investigações de ordem pessoal, debruçadas sobre uma pluralidade de “fontes”, como, por

exemplo, os fóruns de discussão contidos em comunidades virtuais ou redes de hospedagem¹¹.

As narrativas acessadas em tais comunidades ou redes são de dupla origem. Algumas se baseiam em experiências de outros viajantes, mas as que tendem – como foi o caso de Tom – a ser mais valorizadas são as que envolvem as apreciações do lugar visitado elaboradas pelos próprios moradores locais. Estas narrativas, esse é o segundo ponto de debate, disponibilizam o que Welk (2007) chama de *insider tips*, dicas e conselhos tomados como algo de extrema relevância justamente por serem oferecidos por sujeitos que habitam os destinos de muitos viajantes. A interação, ou melhor, o contato proporcionado por tais redes e comunidades desenvolve uma relação face-a-face entre o viajante e seu interlocutor local que, como bem sinaliza Barreira (2012), não pode ser encontrada no uso de guias turísticos, manuais de visitação ou cartões-postais.

A *insider tip* recebida por Tom de sua anfitriã, oportunizou efetivamente a participação do americano em um evento. A relação entre *corpo* e *turismo*, destituindo o *olhar* de seu lugar central na experiência de viagem, é mais um interessante ponto de discussão. Não são apenas monumentos, paisagens ou ações de personagens da cidade o que mobiliza a atenção dos viajantes, há um desejo de interação concreta, onde o corpo é igualmente canal de fruição da experiência. A contemplação, portanto, cede espaço à *performance*: para Tom, era prazeroso observar a *roda de capoeira*, mas tal prazer é investido de maior potência na medida em que o sujeito-observador torna-se, de fato, um participante, reproduzindo os refrões das músicas cantadas, tocando instrumentos e “jogando” com os demais capoeiristas.

A busca por representações, como dito, distintas das que figuram nos guias turísticos pode configurar negociações, como foi o caso de Tom no CDMAC, com lugares legitimados como pontos turísticos, mas – no limite – também pode materializar recusas, culminando na produção de percursos inteiramente outros pela cidade. Um bom exemplo para se pensar sobre o exposto é o surgimento daquilo que Barreira (2012) chama de “roteiros insólitos”, processos de visitação de uma cidade que oferecem uma espécie de “redescoberta” da mesma ao apresentá-la, inclusive também para moradores locais, para além de seus “trajetos pré-determinados”. Em Fortaleza, o “percurso gótico” estudado pela autora é emblemático das possibilidades do estabelecimento de uma prática de consumo da cidade que “faz sucata” (CERTEAU, 1994) de certa disciplina turística.

Por fim, para além desses pontos de debate é preciso também explicitar uma questão delicada. Os esforços para se experimentar uma viagem onde se “pisa fora da trilha batida” (WELK, 2004), nos últimos anos, passaram também a ser capitalizados por empresas de turismo em todo o mundo: assim, surgem roteiros que elegem bairros como Soweto, na África do Sul, e a Favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, como suas principais *paradas*. Embora esse ainda não pareça ser o caso de Fortaleza, é preciso dizer que não se trata mais aqui apenas do *insólito*, mas da “tragédia”, da “precariedade” e da “pobreza” sendo alçadas à condição de atrações (FREIRE-MEDEIROS, 2009). Há, nesse sentido, a necessidade incontornável de também se pensar acerca das reverberações no plano moral de uma prática de consumo da cidade que opta por tomar “sob rasura” suas narrativas mais instituídas.

11 Uma das mais conhecidas comunidades virtuais no Brasil, onde se pode discutir desde idéias para a construção de roteiros de viagem até debates sobre questões referentes a orçamento ou dicas de primeiros-socorros em trânsito, pode ser acessada em www.mochileiros.com. O site do guia especializado em viagens mochileiras, tema não abordado no presente artigo, Lonely Planet (www.lonelyplanet.com) também oferece um fórum de discussão amplamente acessado por usuários de vários países em busca de informações e conselhos de viagem.

REFERÊNCIAS

BARREIRA, I. **Cidades narradas**: memória, representações e práticas de turismo. Campinas: Pontes Editores, 2012.

_____. Narrativas do olhar: Fortaleza em cartões postais. In: LEITE, Rogério Proença (Org.). **Cultura e vida urbana**: ensaios sobre a cidade. São Cristóvão: Editora UFS, 2008.

CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto. (Org.). **Antropologia urbana**. Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1999, p. 80-87.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**: 1, Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

COHEN, E. Toward a sociology of international tourism. **Social Research** 39 (1), pp. 164-182, 1972.

_____. Backpacking: diversity and change. In: RICHARDS, Greg; WILSON, Julie (Orgs.). **The global nomad**: backpacker travel in theory and practice. Great Britain: Cromwell Press, 2004.

_____. Nomads from affluence: notes on the phenomenon of drifter-tourism. **International journal of comparative sociology** 14 (1), 89-103, 1973.

DANTAS, E.W.C. Construção da Imagem Turística do Ceará. **Mercator** – Revista de Geografia da UFC: ano 01 n ° 01, 2002.

DERRIDA, Jacques. **A Escritura e a Diferença**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

FREIRE-MEDEIROS, B. **Gringo na laje**: produção, circulação e consumo da favela turística. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

GONDIM, L M de P. **O Dragão do Mar e a Fortaleza pós-moderna**: cultura, patrimônio e imagem da cidade. São Paulo: Annablume, 2007.

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 103-133.

LOKER-MURPHY, L.; PEARCE, P. Young budget travelers: backpackers in Australia. **Annals of tourism research**. Vol 22, No. 4. pp. 819-843, 1995.

MACIEL, Wellington. **O Aeroporto e a Cidade**: usos e significados do espaço urbano na Fortaleza turística. Fortaleza: Ed UECE, 2010.

OLIVEIRA, José Rui. Turismo backpacker/mochileiro. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro** . São Paulo: Roca, 2005.

PEARCE, P. **The backpacker phenomenon**: preliminary answers to basic questions. Townsville: Department of tourism, James Cook University, 1990.

RICHARDS, Greg; WILSON, Julie (Orgs.). **The global nomad**: backpacker travel in theory and practice. Great Britain: Cromwell Press, 2004.

ROCHE, D. **Humeurs vagabondes**: de la Circulation des hommes et de l'utilite des voyages. Paris: Fayard, 2003.

RODRIGUES, L C. Diretrizes da Política Nacional de Turismo e subsídios para sua avaliação. **Revista Gestão Pública**: práticas e desafios; n.3, vol.1, 2010.

STERN, R. F. Turismo e pós-modernidade: uma análise do intercâmbio de hospitalidade – o caso do *Couchsurfing*. **Revista Itinerarium**. V. 2. Rio de Janeiro, Unirio: 2009.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 2001.

WELK, P. The lonely planet planet myth: 'backpacker bible' and 'travel survival kit'. In: HANNAM, K; ATELJEVIC, I. (Orgs.). **Backpacker tourism**: concepts and profiles. Great Britain: Cromwell Press, 2007.

_____. The beaten track: anti-tourism as an element of backpacker identity construction. In: RICHARDS, Greg; WILSON, Julie (Orgs.). **The global nomad**: backpacker travel in theory and practice. Great Britain: Cromwell Press, 2004.

Breaking guide books and postcards: notes about a couchsurfing experience in Fortaleza-CE

Abstract:

This article aims to reflect about consumption possibilities of Fortaleza city by tourists and travelers in a different way than that suggested by guide books and postcards. Thus, the main idea of reflection here is based on expressions of negotiations, or even refusal, related to institutional narratives that attach to certain places of the city the "quality" of tourist attraction.

Keywords: *tourism practices – travel experience – tourist narratives – Couchsurfing – tourist consumption.*

Artigo recebido em 12/01/2015. Aceito para publicação em 26/05/2015.