

2022

**ÚRSULLA AZEVEDO
ALVES FERREIRA**

**A FOTOGRAFIA COMO INFLUÊNCIA NO
IMAGINÁRIO VISUAL DO VIAJANTE**

2022

**ÚRSULLA AZEVEDO
ALVES FERREIRA**

**A FOTOGRAFIA COMO INFLUÊNCIA NO
IMAGINÁRIO VISUAL DO VIAJANTE**

Dissertação apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Aníbal Fernando Simões Nogueira de Lemos, Professor Auxiliar do IADE, Faculdade de Design Tecnologia e Comunicação – Universidade Europeia.

Dedico este trabalho a todos os amantes de viagens e entusiastas da fotografia, bem como a todos os docentes e discentes universitários que promovem a pesquisa e a busca por um entendimento maior sobre o mundo ao nosso redor.

agradecimentos

Agradeço imensamente a todos que me apoiaram durante o percurso dos estudos de mestrado, minha família, meus amigos, meu orientador que esteve comigo durante todo o desenvolvimento desta dissertação e também todos os docentes que de alguma forma auxiliaram o meu crescimento pessoal e profissional durante os últimos dois anos.

nota

O presente trabalho foi desenvolvido em português do Brasil e, portanto, pode conter diferenças de vocabulário se comparado com a escrita portuguesa de Portugal.

palavras-chave

Fotografia; Cultura Visual; Imaginário Visual; Viagem.

resumo

A atividade turística e sua relação com a fotografia tornaram-se tão costumeiras que pesquisas referentes ao assunto procuram limitar-se em seus impactos no que diz respeito ao contexto atual e suas consequências durante a experiência do viajante nos dias de hoje. O presente trabalho busca contribuir para a investigação da relação existente entre fotografia e viagem, ao analisar como o imaginário visual de um lugar impacta na expectativa que é vivida em viagem, levando também em consideração os diferentes olhares do viajante/turista. As imagens com as quais entramos em contato diariamente contribuem para a construção de um imaginário não apenas visual, mas também emocional sobre locais onde nunca estivemos. Portanto, a investigação visa abordar o assunto em um contexto histórico sobre a fotografia e as viagens que desencadearam o modo como as utilizamos e realizamos atualmente, para então compreender como ocorre este processo, bem como a forma como este imaginário acaba por influenciar na experiência de viagem de cada um, ao criar expectativas de forma inconsciente. A investigação é conduzida a partir deste contexto histórico que busca perceber a origem desta relação intrínseca entre a fotografia e a viagem, para então analisar seus impactos sobre o imaginário do viajante.

Keywords

Photography; Visual Culture; Visual Imaginary; Travel.

abstract

Tourist activity and its relationship with photography have become so common that research on the subject limits itself in its impacts regarding the current context and its consequences during the traveler's experience nowadays. This work seeks to contribute to the investigation of the relationship between photography and travel, by analyzing how the visual imagery of a place impacts the expectation that is experienced on a trip, also taking into account the different perspectives of the traveler/tourist. The images with which we come into contact daily contribute to the construction of an imaginary not only visual, but also emotional about places we have never been, therefore, the investigation seeks to approach the subject in a historical context about photography and traveling that triggered the way we currently use and perform them, in order to understand how this process occurs, as well as the way this imaginary ends up influencing each one's travel experience, by unconsciously creating expectations. The investigation is conducted from this historical context that seeks to understand the origin of this intrinsic relationship between photography and travel, in order to analyze its impacts on the traveler's imaginary.

ÍNDICE

Resumo.....	i
Abstract.....	iii
CAPÍTULO 1.....	1
Introdução.....	1
Metodologia.....	3
CAPÍTULO 2.....	5
Parte 1 - Revisão da Literatura.....	5
Parte 2 - A viagem turística.....	5
Parte 3 - Fotografia.....	28
CAPÍTULO 3.....	44
Parte 1 - Fotografia Turística.....	44
Parte 2 - Análise de resultados de pesquisa.....	99
CAPÍTULO 4.....	101
Conclusão.....	101
Referências bibliográficas.....	103
. ANEXOS.....	106
Anexo A – Formulário aplicado.....	107

CAPÍTULO 1

Introdução

A viagem é um fenômeno que pode ser estudado por diferentes abordagens desde os primórdios da existência humana, com o início dos deslocamentos em busca de novas e melhores condições. Atualmente, apesar de possuir inúmeros propósitos e formas de ser realizada, a viagem é também muitas vezes relacionada ao turismo e, apesar destes estarem muitas vezes integrados, possuem conceitos diferentes. O turismo, nos dias atuais, é considerado uma atividade altamente realizada para o lazer, independente de esta ser influenciada por outros fatores ou não, sendo estudado como um fenômeno não apenas social, mas também econômico e cultural que envolve pessoas ao redor de todo o planeta com troca de experiências culturais, regionais, etc., além do uso e consumo de bens de serviço e infraestrutura local de onde se viaja.

De acordo com Urry (1990, p.18), a expectativa do turista é direcionada para aspectos da paisagem do campo e da cidade que os separam da experiência de todos os dias. Este direcionamento busca diferentes formas de padrões sociais, com uma sensibilidade voltada para os elementos visuais destas paisagens, muito maior do que aquela que é encontrada normalmente na vida cotidiana. Este olhar é visualmente objetificado ou capturado através de fotos, cartões-postais, filmes, modelos, etc. Ainda segundo o autor, eles possibilitam ao olhar ser reproduzido e recapturado incessantemente.

O imaginário visual de um determinado lugar está diretamente relacionado a Sociedade do Espetáculo - conceito trabalhado por Guy Debord (1994) - uma vez que este trata as relações sociais como um conjunto mediado por imagens a todo momento; além também da Aldeia Global, conceito trabalhado por Marshall McLuhan, que discute a forma como o mundo se tornou um só, conectado através de imagens e mensagens transmitidas pelas novas mídias. Neste contexto, entende-se que todas as imagens e informações às quais somos expostos nos influenciam ininterruptamente, inclusive quando se trata de viagens.

Assim, esta pesquisa utiliza-se principalmente destes princípios para buscar entender qual é a influência exercida pela fotografia na construção de um imaginário sobre locais nunca antes visitados, bem como a forma como esta acontece.

Já Falco (2011), em uma abordagem mais contemporânea, trabalha o turismo de uma perspectiva atual onde as cidades se utilizam de aparatos midiáticos para tornarem-se parte dos sonhos e imaginários das pessoas, que um dia irão planejar e executar a viagem em si e assim

vivenciar tudo o que foi visto anteriormente de forma remota. Falco também aborda a forma como, antes da fotografia em si, é atribuída ao jornalismo também grande responsabilidade pela construção destas identidades locais, uma vez que este oferece um panorama geral de credibilidade e cenário de uma cidade ou país, antes mesmo de focar-se na questão turística. Ao ouvir sobre um local específico, a maioria das pessoas já possui uma ideia de segurança, hábitos e costumes (mesmo que superficial), ainda que nunca tenha estado lá, e esta concepção geral se deve ao trabalho jornalístico vivenciado de forma imperceptível no dia-a-dia.

A evolução dos meios de comunicação junto à diversificação dos meios de transportes, permitiu que houvesse uma mudança na forma como o turismo é realizado e, cada vez mais, passa também a permitir que os viajantes entrem em contato com um certo local antes de visitá-lo, através dos mais diversos meios, desde mapas até transmissões em tempo real e plataformas imersivas existentes nos dias atuais.

Estes imaginários pré-concebidos criam ideias que também não se limitam apenas ao âmbito visual da expectativa, mas também criam sentimentos que atribuem-se a todos os aspectos relevantes de um local, o que leva também a construção de estereótipos de locais que são considerados, por exemplo, “românticos”, “exóticos”, “paradisíacos” ou mesmo “perigosos”.

É importante ressaltar que, mesmo ao reunir todos os meios midiáticos existentes atualmente que influenciam para a construção do imaginário de viagem, ainda há um grande destaque para a fotografia em suas diferentes formas de utilização. Como destaca Osborne (2000), atualmente não existe mais separação entre a fotografia e o turismo, estes estão intrinsecamente conectados a todo o momento. Ao ouvir o relato de terceiros sobre uma viagem, automaticamente espera-se a apresentação de fotos para que a fala se torne também visual. De acordo com o autor, ao mesmo tempo que a fotografia de viagem retrata lugares pertencentes a sua própria história regional, também captura um momento intimamente ligado à experiência pessoal do viajante, tornando-se a representação de um momento público mas extremamente privado ao mesmo tempo.

Ainda segundo Osborne (2000, p.72), a visão do turista existe para ser fotografada, enquanto a fotografia existe para afirmar a existência da experiência que será compartilhada futuramente, seja através de relatos pessoais, seja através de outras mídias. A empolgação de finalmente ser capaz de ver uma atração turística com os próprios olhos se dá principalmente devido à influência causada por imagens no passado que geram o desejo de deslocamento para que

se possa vislumbrar a origem da imagem, a fonte da representação de um lugar. A fotografia captura jornadas pelo olhar do viajante, futuramente criando o desejo por este vislumbre em outros.

Neste contexto, a presente pesquisa tem o objetivo de verificar se a fotografia de forma geral é capaz de direcionar o olhar do turista a partir da criação de expectativas particulares sobre uma viagem, percebendo como este direcionamento ocorre, enquanto considera os mais variados tipos de fotografias, sejam estas pertencentes a livros de turismo, revistas, redes sociais ou até mesmo propagandas e anúncios. Além disso, busca-se compreender todo o processo de criação do imaginário de um local nunca antes visitado, ao considerar aliados à própria fotografia em si, como reportagens, filmes, relatos, etc. Assim, a partir disto será possível entender como o processo funciona como um todo, para então ter uma resposta mais exata do impacto específico da fotografia neste meio.

Por fim, para alcançar todos estes objetivos será conduzida também uma investigação sobre os primórdios da viagem e da fotografia, bem como o modo como estes evoluíram individualmente até o momento em que passaram a unir-se. Ao analisar o passado se tornará mais clara a forma como a construção de imaginário acontece nos dias atuais, onde pessoas são impactadas por imagens a todo instante através das mais variadas plataformas.

Metodologia

Para que os objetivos sejam alcançados com precisão, a presente investigação será realizada através de um paradigma misto durante todo o seu processo, adequando seus métodos investigativos às diferentes etapas de maneira a ter o maior proveito dos dados para o projeto.

Durante a maior parte da pesquisa, os métodos utilizados serão quantitativos, ao analisar dados já existentes, bem como iniciar a busca por novos indicativos que validem a base teórica da investigação. Será realizada a produção e divulgação de um questionário com foco principalmente em pessoas que possuem a viagem como costume de lazer usual, mas também em outras que já realizaram ao menos uma viagem ou possuem grande desejo em viajar. O questionário será dividido de forma personalizada para cada caso, com perguntas chaves no início que direcionam para as demais perguntas de acordo com cada experiência individual. A ideia é entender principalmente se o imaginário de alguém que não possui o hábito de viajar mas nutre grande desejo pela atividade é o mesmo de alguém que já realiza esta atividade, além de entender se as fotografias os afetam da mesma forma ou em diferentes graus. O questionário permitirá que seja

realizada uma abordagem por método descritivo, com análise dos dados obtidos mantendo imparcialidade para que este não resulte em conclusões tendenciosas.

Além disto, também será realizado o processo de observação comportamental, ao analisar tendências e hábitos presentes durante diferentes processos da viagem, desde seu planejamento até a execução, identificando e isolando características pessoais no modo de agir daquelas que são condicionadas pelo meio e por influências externas (dentre elas, a fotografia). Conclusões obtidas desta observação serão analisadas a partir também de uma interpretação de conceitos já trabalhados anteriormente.

A metodologia utilizada durante a pesquisa encontra-se implícita no desenvolvimento do estudo, formulando-se com o passar do processo de escrita e coleta de informações ao longo dos meses de desenvolvimento da dissertação. Por fim, todos os dados, análises e conclusões obtidas serão reunidos em material teórico que poderá servir como base para futuros estudos.

CAPÍTULO 2

Parte 1 - Revisão da Literatura

Uma abordagem histórica sobre os temas abordados na pesquisa precisa ser realizada para que uma compreensão completa do assunto aconteça de forma mais clara e fluida. Assim, antes de iniciar uma análise mais específica na problemática em questão, deve-se entender bem o conceito de viagem, com uma análise histórica da atividade com foco naquela voltada à atividade turística, bem como uma análise também dos primórdios da fotografia e sua evolução até os dias atuais.

Parte 2 - A viagem turística

A atividade turística pode ser classificada de diversas formas e pode também ser abordada de maneiras diferentes a depender do intuito final da pesquisa. Como enfatiza Souza (1996, p.189), a viagem foi durante muito tempo uma fonte para troca de conhecimento através da descrição falada, onde o viajante compartilhava o que foi absorvido durante o tempo em que esteve em terras desconhecidas, o que vivenciou e quais foram as novas experiências, que muitas vezes jamais seriam vividas por quem as ouve. No século XIX a viagem começou a sofrer suas primeiras mudanças com o surgimento de novos meios de transporte e diversificação dos trajetos a diferentes destinos e, com isso, cada vez mais a viagem em si transforma-se em uma atividade de lazer emergente, o turismo.

Assim como a diversificação dos meios de transporte facilitou o movimento entre cidades e países, impulsionando as viagens como forma de lazer, o avanço dos meios de comunicação também é responsável por constantes mudanças na forma como o turismo é realizado, uma vez que, como afirma Falco (2011), atualmente as pessoas entram em contato visualmente com um local antes mesmo de estar lá e, portanto, já possuem uma imagem atribuída à expectativa sobre o que pretende encontrar ao chegar. Estas imagens são construídas das mais diversas formas como relatos, reportagens, filmes, jogos e também, como é claro, fotografia.

Porém, apesar do turismo ter-se transformado em sua forma de realização desde o início da diversificação dos meios de transporte, em especial do advento da ferrovia, Souza (1996) menciona os antigos relatos de viajantes como os primeiros “responsáveis pela popularização de um imaginário sobre as terras distantes” (p.190). Dessa forma, entende-se que mesmo o relato descritivo, muito antes do surgimento da fotografia ou vídeo, já era responsável pela construção

de um repertório de imagens que constituem o imaginário de um local. Ainda segundo Souza (1996), estes antigos relatos “são significativos, como fontes para o entendimento das próprias especificidades da viagem e como instrumentos de divulgação da cidade” (p.196).

O turismo providencia experiências “autênticas” com realidades diversas, independentemente destas funcionarem como um simulacro ou não, o que acaba por ser um combustível para a sociedade moderna. A sobrecarga e vida acelerada que muitos levam atualmente tornam a necessidade de escape temporário cada vez mais real.

Para o viajante, a realidade em viagem sempre irá parecer mais simples e real do que o cotidiano com o qual está acostumado e essa sensação origina-se não na viagem em si, mas no modo de vida levado no dia-a-dia. Quanto mais acelerada for a vida cotidiana, mais essa sensação de liberdade em viagem será sentida, por este ser um momento em que geralmente ocorre o desprendimento parcial ou total com responsabilidades, prazos e deveres.

De certa forma, essa sensação de experiência plena e aproveitamento máximo do tempo já gera a necessidade constante de congelar o que é vivido para que possa ser acessado no futuro. Uma das formas de fazê-lo é através da fotografia.

“Existe uma triangulação de significado cultural na busca de unidade ou autenticidade; a experiência visual em sua modalidade turística específica; e a ordenação ótica do olhar e a produção das metáforas visuais e alegorias equivalentes ao significado cultural na forma de fotografia turística, tanto promocional quanto pessoal. Juntos, eles inventam o terreno do turismo na atividade de imaginá-lo.”¹ Osborne, P. (2000), p.75

A sociedade moderna também possui como grande característica a marcante visão do eu e sua reflexividade em relação a inúmeros assuntos. Há sempre uma busca para se reinventar, redescobrir, reencontrar e/ou até mesmo se desconectar de si mesmo em uma expectativa de voltar a si no futuro. A busca por experiências pessoais é cada vez mais valorizada, o mundo se torna cada vez mais individualizado.

¹ Tradução livre do original: “Here we have a triangulation of cultural meaning in the quest for unity or authenticity; visual experience in its specific touristic mode; and the optical ordering of looking and the production of the visual metaphors and allegories equivalent to the cultural meaning in the form of touristic photography, both promotional and personal. Together, they invent the terrain of tourism in the activity of picturing it.”

Este caráter individualista foi o que começou a reduzir os altos números do turismo de massa da forma como era realizado antigamente, sempre em grandes grupos. Claramente, este não é o único fator a ser tomado como influência para a queda de sua popularidade, uma vez que a redução nos custos de deslocamento, avanços nas tecnologias de transporte e maior acesso à informação de forma mundial também foram questões determinantes.

Ainda assim, mesmo durante a realização de viagens em grupo, especialmente nos dias atuais, existe uma busca individual de cada um por suas próprias experiências. Dentro de um mesmo roteiro em um mesmo grupo pode-se identificar experiências completamente diferentes de acordo com a forma de realização de cada um e o que é buscado. Existe o turista que chega ao hotel e prefere aproveitar uma boa refeição no quarto enquanto explora as opções televisivas locais, enquanto outro prefere aproveitar as diversas atividades recreativas que o hotel oferece; existe o turista que irá visitar um museu e satisfazer-se de apenas admirar o que estiver sendo exposto de uma forma geral, enquanto outro prefere usar de seu tempo em menos sessões para dedicar-se atentamente a todas as informações dispostas; existe turista que irá fotografar até mesmo os menores detalhes de uma nova cultura, enquanto outro irá afirmar que prefere a vivência ao registro.

Durante o século XX, começa a ocorrer um processo de distanciamento de indivíduos às suas próprias origens e cargas culturais. O processo de globalização passa a agir de maneira cada vez mais acelerada e o contato frequente com diferentes culturas e costumes permite que as barreiras culturais e sociais existentes entre povos passe a desvanecer gradualmente, sem que desapareça totalmente mas tornando-se quase imperceptível em determinados momentos.

Este processo, ainda de forma muito diferente da atual no século XX, permite uma maior integração entre diferentes localidades do mundo, uma maior aceitação por diferentes culturas e também certa padronização de comportamento em maior ou menor escala. No início desse processo, a descoberta do estrangeiro ainda era restrita a pouquíssimas pessoas, enquanto a maior parte da população nunca teria acesso a quaisquer vislumbres de culturas diferentes da sua. A fotografia, nesse sentido, possui papel fundamental para trazer informação e um primeiro contato visual a essas pessoas, fato que será melhor trabalhado mais à frente neste estudo.

Conforme afirma Osborne (2000), o turista contemporâneo vive com uma dupla consciência de tudo ao seu redor, tendo sempre ciência de sua busca pela verdadeira autenticidade

mas ao mesmo tempo tendo noção de que as imagens e símbolos da autenticidade, indiferentemente do formato, são na verdade um espaço que está fora de seu alcance. (p.78)

Urry (1990) discorre sobre como o olhar dos lugares turísticos pode ser dividido em três tipos dicotomias: romântico x coletivo, histórico x moderno, autêntico x inautêntico, evidenciando que não existe um único olhar do turista, uma vez que este varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares e formas de pensamento do turista são construídos por meio da diferença, por meio do relacionamento com seu oposto, com formas não-turísticas de experiência e da consciência social, o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo com que ele contrasta, sendo influenciado pelo meio.

Todas estas considerações são relevantes para entender o olhar do viajante ao explorar um novo local, uma vez que este caráter exploratório é intimamente ligado à atividade turística. No entanto, turismo pode ser definido como “Movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias, desde que esta não realize atividades econômicas”, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT)².

Já o ato de viajar difere em seu conceito e definição por não necessariamente estar relacionado a uma atividade turística. Uma viagem pode ser regional, nacional ou internacional, e seus motivos variam de acordo com a necessidade de cada indivíduo, podendo ter fins recreativos, de negócios, saúde ou até mesmo mudanças de local de residência. Atualmente, as viagens também podem ser realizadas de diferentes maneiras, a partir de inúmeros meios de transportes.

No entanto, deve-se ressaltar que a viagem também vai além do período de deslocamento por si só. É possível considerar que a viagem se inicia muito antes e se encerra em um momento após o retorno. A tecnologia atual permite que o processo de viajar se inicie na pesquisa e vá além do próprio imaginário, uma vez que além das fotografias utilizadas em campanhas, relatos, livros, etc., também há formas ainda mais “instantâneas” de conhecer outro local, como é o caso das webcams trabalhadas por Campanella (2000) em seu texto; estas funcionam como uma retina eletrônica que conecta pessoas ao redor de todo o globo e as permitem ver em tempo real o que acontece em determinado lugar. Essa tecnologia cria a possibilidade de uma viagem virtual em questão de instantes, já que a observação remota pode acontecer após apenas alguns cliques, sendo acessível a qualquer um que possua acesso à internet. Campanella deixa claro que esta experiência

² Informação retirada de livreto digital oferecido pelo Ministério do Turismo Brasil (2010).

virtual não pode ser equiparada à vivência da observação de forma física, mas pode contribuir para a criação de imaginários e mesmo de pertença a um determinado destino. O autor interpreta as webcameras como dispositivos de mediação neste novo mundo abstrato existente no ciberespaço, proporcionando um bom grau de telepresença àqueles que desejam conhecer locais distantes sem sair de casa, os chamados “armchair tourists”.

Estas diferentes formas de viagens também sofrem influências que impactam no olhar do viajante para a vivência no local em questão e, para que se torne possível entender a forma como a fotografia impacta na criação de imaginários visuais, é preciso antes entender também seus primórdios. Marien (2002) aborda a fotografia como um todo desde antes mesmo de seu surgimento, momento em que as artes visuais eram dominadas pelo idealismo neoclássico e expressionismo romântico. A invenção dos métodos de produção fotográfica não esteve condicionada a uma específica abordagem visual, mas surge por via histórico-sociológica associada a um conjunto de esforços e estudos relacionados ao avanço no uso de diferentes materiais, pesquisas e busca por inovações.

Analisar a verdadeira motivação proveniente do turismo é um trabalho árduo. O contraste constante existente entre a busca por autenticidade e a busca por experiências moldadas ao próprio turista de forma certamente artificial acabam por formar, em conjunto, a realidade do que vemos desde o surgimento do turismo de massa até os dias atuais.

Nem mesmo o próprio turista, na maioria dos casos, é capaz de apontar o verdadeiro intuito de seu deslocamento, mas o realiza numa busca incessante por cumprir seu objetivo incerto e criar imagens em sua memória que associam-se àquelas que possuía em seu imaginário anteriormente.

Dentro desta análise, também entra em questão a diferença existente entre os diversos tipos de turismo, conforme explorados anteriormente. Assim, torna-se impossível apontar um determinado fator como chave para a criação da expectativa e, conseqüentemente, do processo de realização do turismo/viagem. Segundo Osborne (2000), mesmo quando dois grupos distintos partilham das mesmas motivações e viajam com o mesmo intuito para um mesmo lugar, grupos sociais são necessários em sua relação com o turismo e suas posições neles acabam por mantê-los distantes. (p.73)

Com isso, encaramos também a questão da realidade individual do turista e percebemos que esta irá impactar diretamente na forma como este percebe as imagens observadas de determinado local, bem como na forma como este interage com o meio uma vez que o

deslocamento ocorre. “O turismo não é menos marcado pelas ansiedades e complexidades de divisões como classe, raça, gênero e sexualidade do que qualquer outra atividade social”³. (Osborne, P. [2000], p.74)

Portanto, é possível afirmar que a forma como o turismo é vivido varia de acordo com a situação de cada um, o que transforma também a maneira como o viajante age e registra momentos específicos da viagem. Assim, sempre que comportamentos são generalizados como padrão, é importante ter em mente que sempre há diferenças mesmo dentro de um mesmo tipo de costume ou hábito.

Conforme já abordado, a realização de viagens é algo que já ocorre muito antes da concepção do termo turismo em si, muito antes do advento da fotografia e até mesmo da ferrovia. Peregrinações eram extremamente comuns e muitas vezes estas tinham caráter meramente exploratório. No entanto, o turismo começa a moldar-se na forma como o conhecemos atualmente com o avanço tecnológico dos meios de transportes, tendo como marco o advento da ferrovia, conforme já falado anteriormente.

Portanto, a partir de meados do século XIX, já é possível perceber uma maior movimentação de viajantes com fins de lazer, em especial dentro da Europa. Esse crescimento permaneceu constante e tornou-se exponencial em meados do século XX. Segundo dados retirados da pesquisa feita por Harrison e Sharpley (2017) com base no UNWTO Data, no ano de 1950, 25 milhões de turistas internacionais chegaram aos seus destinos, enquanto que em 1970 este valor chegou aos 165 milhões, saltando para 540 milhões em 1995 e ultrapassando 1 bilhão em 2012.

Os números de 1950 já eram muito altos se comparado ao século anterior, mas irrisórios se comparados aos números atuais, desconsiderando o cenário pandêmico que se instalou em 2020. Nesta época 66% das chegadas internacionais aconteciam na Europa, enquanto 30% aconteciam na América do Norte e apenas 4% nas demais localidades, o que demonstra o quanto a tecnologia dos transportes impactou nas possibilidades do período.

Este foi o início do turismo de massa, que tem relação também com o fim da Segunda Guerra, quando a livre circulação voltou a estar presente na Europa. O novo modelo de viagem causou grande impacto na forma como o turismo era realizado. A partir deste período, esta atividade também passou a tornar-se acessível para pessoas de classes sociais mais baixas, que

³ Tradução livre do original: “Tourism is no less marked by the anxieties and complexities of divisions such as class, race, gender and sexuality than any other social activity”

antes não as realizavam. Privilegiando o lucro imediato e a grande escala, o turismo de massa se estabelece, segundo Panazzolo (2005) a partir das viagens econômicas que nascem em função de parcerias com companhias aéreas e também pacotes turísticos organizados por agências e operadoras de viagens, assim possibilitando a visitação de novos destinos por inúmeras pessoas que antes não possuíam esta condição. (p.8)

O turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes, segundo Urry (1990), encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, assistem e participam de "pseudo-acontecimentos" e não levam em consideração o mundo "real" em torno deles. Portanto, o turista se afasta cada vez mais da população local, influenciado por imagens geradas pela mídia que criam um sistema fechado de ilusões. Ainda segundo o autor, isto cria uma bolha ambiental, que pode ser entendida como um conjunto de ações que levam ao isolamento do turista do local turístico em que se encontra. Esta bolha acaba por manter o turista em um local familiar, como em hotéis de estilo americano ou europeu, isolando o mesmo da estranheza do ambiente que o cerca e o hospeda.

No entanto, antes de abordar mais a fundo o turismo de massa na Europa, marcado fortemente pelas agências de viagem, é importante voltar ao século XIX para conhecer o início do que seriam estas, com a história de Thomas Cook.

Não é possível afirmar qual foi, de fato, a primeira agência de viagens a existir, considerando que no passado o termo ainda não era utilizado e a comercialização de viagens tem origens distantes. Porém, Cook foi o responsável por um dos primeiros grandes marcos no que tange às agências e operadores como os conhecemos atualmente.

Thomas Cook nasceu em Melbourne, na Inglaterra, no ano de 1808, apesar de ter realizado seus maiores e mais marcantes feitos na cidade de Leicester. Ao longo de sua vida trabalhou nos mais diversos ramos, desde carpinteiro até organizador de viagens. Como é possível imaginar, seu trabalho como organizador de viagens é o que revolucionou o que era conhecido na época e o que fez com que seu nome permanecesse conhecido até os dias atuais.

O inglês acreditava que o alcoolismo era um dos principais problemas para inúmeras questões sociais de sua época, dedicando boa parte de sua vida em missões contra o abuso da substância. Este também foi o motivador do início de sua carreira a organizar viagens na Inglaterra. No ano de 1841, Cook providenciou um trem especial para levar aproximadamente 500 pessoas

de Leicester a Loughborough até uma reunião de temperança. A maior parte das pessoas que realizaram esta viagem nunca haviam embarcado em um trem a vapor anteriormente.

Nos anos subsequentes, Cook continuou a organizar excursões de trem para este tipo de reunião, com apoio das ferrovias, que concordaram em fechar um acordo se Cook fornecesse os passageiros para estas viagens. Até que, no ano de 1845, foi quando organizou a primeira excursão com intuito verdadeiramente comercial e destino a Liverpool. A esta altura, já era possível perceber que, mesmo aqueles que nunca haviam viajado antes o fariam se as condições fossem favoráveis. Os valores de compra para bilhetes individuais eram infinitamente mais caros do que os vendidos por Cook em pacotes fechados, o que impulsionava inúmeras pessoas a comprá-los.

No ano seguinte, aconteceu o início da organização de viagens para fora da Inglaterra, a princípio para a Escócia. A partir deste momento a atividade já havia se tornado um negócio para Cook, aumentando sua oferta e disponibilizando mais e mais excursões. Um novo marco de sua carreira ocorreu em 1851, quando este organizou a viagem ferroviária e também acomodação para pessoas de uma pequena província viajarem até a Grande Exposição orquestrada pelo príncipe Albert em Londres. Nesta viagem, Cook transportou mais de 150 mil pessoas durante os 6 meses de exposição, o que fez com que esse pudesse ser considerado um dos maiores períodos de movimento de pessoas na Grã-Bretanha até então.

As expedições comercializadas nestes primeiros anos de atividade eram sempre voltadas à classe trabalhadora, com menos acesso e condições de realizar qualquer tipo de deslocamento de longa ou média distância, além de ter também como alvo pessoas que por qualquer motivo não conseguiriam realizar a viagem por conta própria, como mulheres desacompanhadas. No entanto, com o passar dos anos e com o crescimento do negócio, Thomas Cook passou a gerenciar viagens para passageiros de classe média e alta, além de organizar expedições personalizadas a partir de pedidos especiais, como para militares, por exemplo.

No ano de 1855 ocorreu a realização de sua primeira expedição continental na Europa, passando por cidades como Bruxelas e Colônia até chegar a Paris para uma exposição internacional. Esta foi também a primeira vez que sua empresa ofereceu um pacote completo de viagem, incluindo passagem, acomodação e alimentação. Alguns anos depois, Cook foi a pessoa por trás da primeira excursão comercial “mundial”, realizada nos anos de 1872/1873, com duração de 222 dias, bem superior à média da época, e passagem por inúmeros países, como Japão, Estados Unidos, China, Egito e Índia.

John Mason Cook, filho de Thomas Cook, juntou-se ao negócio no ano de 1864, aos 30 anos, passando a atuar diretamente com o pai até que, em 1871, o nome oficial da empresa passou a ser Thomas Cook & Son. Após a aposentadoria do criador original, a empresa passou totalmente para o filho e depois para os netos, até que deixou de ser uma empresa familiar no ano de 1928. Algumas décadas depois, em 1972, esta foi renomeada para apenas “Thomas Cook”, já sendo reconhecida como uma das maiores agências de viagens do mundo.



SE&CR poster. *A Cook's Ticket*. (1910)

Retirado de: <https://www.theguardian.com/travel/2018/nov/22/thomas-cook-the-father-of-modern-tourism-archive-1958> Acedido em: Fevereiro de 2022

O negócio entrou em colapso no fim do ano de 2019, mas a marca foi comprada e atualmente atua mantendo a essência criada pelo visionário Thomas Cook de forma alinhada com a tecnologia existente dos dias de hoje, atendendo às expectativas do viajante contemporâneo.

Esta foi a história da primeira grande agência de viagens existente no mundo, idealizada por alguém que foi pioneiro na oferta de viagens livres de preocupações e problemas, onde o turista precisava apenas pensar em aproveitá-la, deixando a parte burocrática para a empresa.

No início do século XX o número de ferrovias continua a crescer, junto à necessidade e vontade de viajar. Neste período, começam a surgir maiores demandas por agentes de viagens, em especial pelas classes mais elevadas. A partir de então, outras pessoas passam a crescer no ramo e criar empresas, que gradualmente passaram a ter a mesma finalidade daquela iniciada por Thomas Cook.

Logo após o fim da Primeira Grande Guerra, ocorreu o início da comercialização de passagens aéreas. Nos anos entre a década de 1920 e 1940 houve o crescimento de voos comerciais, ainda em quantidade muito reduzida na época, mas que também evidenciaram a necessidade dos agentes de viagem, uma vez que o sistema de reservas estava longe de ser da forma como conhecemos atualmente. O processo acontecia de forma predominantemente manual e uma reserva poderia levar até 3 horas para ser finalizada.

Após a redução drástica no número de viagens que ocorreu durante o período das Grandes Guerras, inúmeros agentes se viram obrigados a repensar o negócio e buscar cada vez mais por valores mais baixos, uma vez que o mercado voltava a se aquecer gradualmente mas a maioria ainda não possuía recursos suficientes para viagens voltadas ao lazer. Assim, o turismo de massa foi fortemente impulsionado, com vendas de grandes pacotes em grupo que reduziam consideravelmente o custo individual da viagem.

Alguns outros fatores também foram determinantes para que o turismo de massa tivesse tamanho crescimento neste período, ressalta Panazzolo (2005), como o período pacífico existente onde havia estabilidade política, incluindo o centro da Europa e os Estados Unidos; aumento dos direitos do trabalhador e dias de férias remunerados; aumento gradual do poder aquisitivo de parte da população; desejo de evasão, descanso e lazer em locais distantes do habitual; etc. (p.8)

Na segunda metade do século XX, os países desenvolvidos foram responsáveis pelo grande aumento do fluxo turístico mundial, com números concentrados especialmente na Europa e Estados Unidos, conforme mencionado anteriormente. O turismo passa então a ter um impacto cada vez maior no giro econômico local, especialmente por possibilitar que países que sofreram grande impacto econômico no período das Guerras se reerguessem gradualmente.

Com esta grande movimentação de pessoas que visavam visitar e viver a experiência do exótico, surge também a necessidade cada vez maior de prover informação e “combustível” de entretenimento para que a estadia do viajante fosse de acordo com a sua expectativa no destino em questão, o que leva ao crescimento do número de guias de turismo em todo o mundo.

Panazzolo (2005) menciona a existência dos guias de turismo desde meados do século XVI, responsáveis por informar peregrinos e viajantes que buscavam por conhecimento local. (p.4) Com o passar dos anos, inúmeros profissionais passaram a especializar-se em temas específicos que desejam ser transmitidos a pessoas que viajavam de longas distâncias. No passado, quando a classe alta ainda era predominante nas viagens por lazer, os temas informativos eram reduzidos e voltados às suas necessidades específicas. No entanto, no século XIX, estes profissionais passaram a abordar tópicos mais vastos, voltados cada vez mais a um público mais abrangente.

Com o início do turismo de massa no século XX, consolidou-se a grande busca por informações dos mais diversos lugares para públicos de diversas partes do mundo, com necessidades específicas, tanto em relação a interesses como também a idiomas.

Muitas vezes, a alocação de profissionais para guiar as viagens era feita em conjunto com as agências, com a consolidação de roteiros fixos e detalhes sobre as informações necessárias para cada grupo, bem como à compreensão linguística. Por conta dessas necessidades específicas, este trabalho passou cada vez mais a ser realizado por profissionais especializados em viagens do que por pessoas locais, como muitas vezes era feito no passado, devido ao seu conhecimento da região.

Apesar destes já existirem anteriormente, foi neste período que os guias de viagem em formato de livro também passaram a ser cada vez mais comercializados, oferecendo informações sobre locais importantes a serem visitados, breve história da região e dicas relevantes sobre quaisquer questões específicas do destino às quais o viajante deve manter-se atento, além de sugestões de locais onde se hospedar, onde comer e como se locomover. O maior número de informações permitiu também que o acesso a estes destinos fosse desmistificado e, assim, se tornasse mais fácil.

“As viagens de investigadores, exploradores e comerciantes, o aparecimento e crescimento da imprensa, a literatura, entre a descrição e o texto científico, constituem elementos basilares no aparecimento dos guias de viagem. Desde o século XVIII, todavia, são identificáveis guias de viagem com estruturas e formatos de apresentação da informação que se aproximam das obras consolidadas e vulgarizadas ao longo do século XIX” Martins, L. S. (2011), p.216

Portanto, nota-se que o início de relatos escritos que podem ser considerados “guias” acontece de forma paralela ao início das viagens, mesmo antes destas serem chamadas desta forma. Desde o momento em que há deslocamento após o advento da escrita, há registro. Uma das características que diferencia o ser humano de outros animais é sua capacidade de registro e de repasse do conhecimento não apenas para outros com os quais convive, mas também para outra geração.

Dessa forma, o que antes eram meros relatos com o intuito muitas vezes de apenas repassar a informação aos demais, com experiências e vivências individuais sobre terras distantes a partir da perspectiva do viajante, passa, aos poucos, a tornar-se um item necessário para auxiliar muitos que agora passam também a ter a possibilidade de viver a mesma experiência.

No século XIX, ainda antes do grande crescimento do turismo de massa e da maior demanda pelos guias, já foi possível perceber um aumento no número de publicações do gênero na Europa, conforme afirma Martins (2011). A variedade de autores e modelos permitia que diversos pontos de vista fossem abordados em diferentes obras, o que era interessante visto que o mundo ainda era muito mais segmentado culturalmente do que podemos perceber atualmente após intenso processo de globalização.

Neste período, notava-se já uma grande tendência de sedução do viajante através destes livros, com um vocabulário que buscava transmitir de forma levemente poética a essência da viagem junto à sua beleza, instigando o leitor ao desejo de visitar o local e encontrar o desconhecido.

Devido a limitação de ilustrações se comparado ao que existe atualmente, em muitos casos cabia ao leitor a criação visual do local em seu imaginário, o que acabava por criar uma versão que podia ser notavelmente distorcida do local em questão. Com o passar do tempo, os avanços

tecnológicos permitiram que, cada vez mais, detalhes visuais fossem inseridos nestes volumes de forma a transmitir de uma maneira mais direta o que poderia ser esperado de um determinado destino.

No entanto, a grande aceitação deste tipo de edição, conforme ressalta Martins (2011), se dá justamente por transmitir a possíveis futuros viajantes não apenas a perspectiva idealizada da viagem sob o ponto de vista de uma pessoa que já lá esteve, mas também por antecipar inúmeros problemas que podem vir a surgir, oferecendo de imediato uma solução para tal, como é o caso de valores inesperados, variações gastronômicas, etc. (p.223)

Conforme passou a existir uma maior demanda por informações detalhadas de cada local, passou-se também a ter a necessidade de pesquisa a partir de outros autores por parte daqueles que escreviam ou editavam um guia, para então acrescentar detalhes relevantes sobre os quais este não possuía conhecimento, como ao abordar a arquitetura local, arqueologia ou até mesmo produção agrícola, em especial quando visitas a vinícolas eram citadas.

Martins (2011) nota também a importância da cartografia neste processo de evolução dos guias escritos, uma vez que, durante o século XIX, foi possível notar uma redução no número de páginas destes e aumento de mapas e plantas com as mais diversas finalidades. (p.224) “A cartografia tem de qualquer forma um significativo papel na formação de base, contribuindo para clarificar a organização da viagem pelos menos entre os mais inexperientes”. (Martins, L. S. [2011], p.227)

No século XX, no entanto, especialmente na segunda metade, já é possível notar novamente uma redução do número de mapas e plantas inserido nestas edições e um aumento cada vez maior de fotografias e ilustrações. De certa forma, é possível considerar os mapas como uma forma de apresentação visual de um determinado local, o que também relaciona-se com o fato de que os viajantes buscam sempre por esse “guia” do olhar para que possam criar suas próprias ideias do que devem encontrar mesmo antes de iniciar o processo da viagem em si. Ainda assim, com a possibilidade de apresentações ainda mais claras como aquelas mostradas pela fotografia, estas ainda acabam por sobressair-se em um cenário onde incitar o desejo é fundamental.

O turismo, é na realidade, uma atividade que possui maior relação com a visão e o que se vê do que com o conjunto de sensações prometidas através de uma experiência. Os demais sentidos funcionam como suporte para compor todo o cenário, mas a realidade é que atividade turística é criada para ser vista e contemplada.

Em sua pesquisa, Osborne (2000) discorre sobre a forma como os atrativos de um local estão intrinsecamente ligados a uma subjetividade que transforma-se em produtos. O turismo é apontado como uma atividade guiada por signos e mensagens que constroem, ainda no imaginário, a ideia do que é interessante ser vivido, ainda que, no fim, a questão seja muito mais relacionada ao “ver” do que ao “viver”.

“Uma atração turística consiste em um conjunto de relações entre três elementos: a vista, o marcador e o turista”⁴ Osborne, P. (2000), p.83. Nessa citação, o autor trata este “marcador” como qualquer objeto capaz de transmitir a mensagem de atrativo do local ao turista e, de certa forma, “vender” a atividade, seja no sentido literal ou não-literal. Este marcador pode ser uma fotografia, um livro de viagem, um anúncio ou qualquer outro meio.

Portanto, o turismo de fato só é realizado uma vez que existe o contato com esse mediador, uma vez que o local passa a ser descoberto pelo viajante, o que ocorre muito antes da viagem propriamente dita, na maioria das vezes. O turista, para ser considerado turista, precisa ter um destino claro em sua mente e saber o local que deseja visitar. Práticas exploratórias realizadas às cegas geralmente são descritas como diferentes atividades.

Os marcadores citados por Osborne (2000) não apenas são meios capazes de incitar o desejo no viajante, como também podem ser o fator decisivo para que o valor de um atrativo seja definido. Quanto maior a distribuição visual de um determinado local, maior é sua fama e conseqüentemente, seu valor acaba por ser alterado de forma simbólica.

Ainda assim, nenhuma divulgação pode ocorrer sem que exista o verdadeiro local de onde as imagens são geradas e reproduzidas e, portanto, a vista real ainda é o elemento de maior valor dentro do sistema existente na atividade turística. No entanto, esta vista também não existe por si só, mas sim através de uma criação simbólica.

Em qualquer localidade existe uma infinidade de possibilidades para a realização do turismo, o que difere uma da outra é o quanto uma é representada e o quanto sua imagem é trabalhada até que se torna um marco do local. Por conta disso, muitos locais turísticos continuam a surgir o tempo todo. Uma trilha antes não visitada pode passar a sofrer superlotação a partir do momento que um artigo é publicado. Uma livraria antiga com poucos visitantes locais pode passar a receber mais pessoas do que é capaz de comportar devido a uma aparição na mídia. Tudo isso é

⁴ Tradução livre do original: “A tourist attraction consists of a set of relations between three elements: the sight, the marker and the tourist”

a prova de que os atrativos são construídos, apesar de precisarem de uma base real e sólida na qual se possam apoiar.

“Mas não é apenas sua existência cultural que uma vista deve às representações fotográficas. Sua identidade como mercadoria é alcançada da mesma forma. O curioso segundo mundo do turismo não foi apenas engendrado por câmeras. Quase desde os seus primórdios, a cultura visual do turismo tem sido companheira de viagem e participante da evolução da cultura do consumo”⁵. Osborne, P. (2000), p.84

Assim, a fotografia que promove um determinado local muitas vezes acaba por ser o próprio objeto a ser consumido e contemplado pelo viajante. Ainda segundo Osborne (2000), o turista funciona tanto como consumidor como produtor (p.84), devido ao ciclo de criação de imagens.

As verdadeiras necessidades do turista, na realidade, são moldadas para que pareçam naturais, quando na realidade são fruto dessa construção imagética que foca em determinados motivos para criar a sensação de necessidade e ímpeto de conquista em quem as observa.

É interessante perceber que, apesar de toda a repercussão já gerada no passado sobre um determinado local, o surgimento de novas imagens capturadas de um mesmo ângulo, mesmos padrões e mesmos destaques continua a acontecer ininterruptamente. Esse processo demonstra o quanto toda a expectativa gerada mantém-se ativa através da imagem, como algo que, apesar de já ser conhecido, ainda possui a carga do desconhecido, do que deve ser explorado.

O turismo de forma geral acontece baseado nesse princípio da exploração, mesmo que todos já conheçam determinado local mesmo que à distância, em especial no mundo globalizado que é atualmente, onde a informação foi alcançando mais e mais pessoas até tornar-se comum para a maioria dos que realizam viagens a lazer.

A fotografia, nesse contexto, possui o papel de transmitir a essência exploratória do viajante, bem como a essência cultural do local em apenas um momento, dentro daquele recorte feito por quem deseja transmiti-la.

⁵ Tradução livre do original: “But it is not only its cultural existence that a sight owes to photographic representations. Its identity as a commodity is similarly achieved. Tourism’s curious second world was not solely camera-engendered. Almost from its beginnings, tourism’s visual culture has been a fellow-traveller of and participant in the evolution of the culture of consumption”

“O desejo enciclopédico de coletar imagens foi revigorado pela crescente sensação de que a vida tradicional em todo o mundo estava desaparecendo tão rapidamente que deve ser registrada”⁶. Marien, M. (2002), p.220

Esse fato se dá principalmente devido ao avanço da globalização ao redor do mundo, quando culturas passam a convergir e misturar-se cada vez mais, criando padrões que não mais existem apenas em uma localidade restrita, mas são reconhecidos de forma similar mesmo em diferentes pontos do planeta.

Com isso, não apenas os locais que retratam grandes feitos ou construções da humanidade passaram a ser ainda mais evidenciados através da fotografia, como também os costumes locais, tradições e pessoas passam a ser retratados em inúmeras séries de inúmeros profissionais.

Além disso, a fotografia e as imagens como um todo também possuem a capacidade de criar o ideal de um local específico que existe puramente no imaginário das pessoas, apenas com base em um local real.

“Traduzido em um evento estético, o Taiti pode ser visto como se seu propósito sempre tivesse sido atuar como um dispositivo visual para evocar sentimentos divertidos para as mentes dos europeus. Como nos descendentes visuais da pintura, nos cartazes turísticos, nos postais, no próprio resort com os seus serviços e entretenimentos temáticos, este tornou-se seguro e tornou-se imagem - tornou-se seguro ao tornar-se imagem. O Taiti não está mais lá, nem no espaço nem no tempo. (...) Tornou-se signo de algo em outro lugar e de algo diferente de si mesmo. Aqui o paraíso é sempre a perspectiva do paraíso.”⁷ Osborne, P. (2000), p.109

⁶ Tradução livre do original: “The encyclopedic urge to collect images was newly invigorated by the growing sense that traditional life around the world was disappearing so rapidly that it must be recorded”

⁷ Tradução livre do original: “Translated into an aesthetic event Tahiti can be viewed as if its purpose had always been to act as a visual device for summoning up notions and sentiments entertaining to the minds of Europeans. As in the painting’s visual descendants, tourist posters, postcards, the resort itself with its themed services and entertainments, it has been made safe and made into image - made safe by becoming image. Tahiti is no longer quite there, neither in space nor time. (...) It has become a sign of something elsewhere and of something other than itself. Here paradise is always the prospect of paradise.”

O exemplo dos resorts citado por Osborne acima permite que esta realidade onde imagens criam uma nova realidade distinta da que se pretendia oferecer inicialmente seja facilmente identificada. Simulacros são criados de forma a inserir o turista em um contexto “regional” e exótico quando na realidade tudo é feito de forma a tornar a sua experiência mais confortável, mais uma vez o turista torna-se objeto para o qual o cenário busca adaptar-se.

Com o mundo cada vez mais globalizado, Baudrillard (1991) discorre sobre como a sociedade tem cada vez mais informação e a esta é atribuída cada vez menos sentido. Em sua concepção, isso acontece principalmente pois partimos do pressuposto de que quanto mais informação tivermos, mais valor atribuímos à nossa experiência de vida como um todo, ainda que muito deste material se perca e funcione apenas como um meio e não como uma forma efetiva de comunicação com troca relevante para ambos os lados.

O autor enfatiza que “em vez de fazer comunicar, esgota-se na encenação da comunicação. Em vez de produzir sentido, esgota-se na encenação do sentido. Gigantesco processo de simulação que é bem nosso conhecido” (p.105). É exatamente o que ocorre na prática em inúmeras atividades turísticas, a encenação do autêntico.

Baudrillard (1991) ainda reflete sobre a origem deste simulacro, se a desvalorização da comunicação e da busca pelo verdadeiro, pela essência leva ao início das simulações e simulacros ou se estes mesmos simulacros são os que acabam por impulsionar a desvalorização do autêntico. Ao fim, não existe resposta para esta questão e portanto devemos apenas considerar o fato da forma como ocorre.

A criação de simulacros dentro da atividade turística, ainda assim, não deve ser vista como algo a ser condenado, mas sim estudada para que se perceba a forma como acontece, os motivos pelos quais acontece e o tipo de viajante que busca este tipo de experiência. Tudo é um resultado da demanda e desejo de uma parcela dos turistas para que possa existir.

Por conta desta demanda, a simulação da realidade acaba ocorrendo não apenas no sentido mais óbvio e literal como é o caso dos resorts já citados, mas também em quaisquer atividades que busquem promover ou exibir a realidade de um local. A partir do momento em que algo é feito para atender a uma necessidade turística, este já deixa de ser autêntico.

O Taiti foi citado por Osborne por este ter sido amplamente divulgado como um local “paradisíaco” para o viajante europeu, não apenas através da fotografia, mas também publicidade, propaganda e atrativos criados justamente para receber este visitante. No entanto, este

acontecimento não é uma exclusividade do Taiti e, além de serem comuns para inúmeros e diferentes destinos, também acontecem visando evidenciar diferentes finalidades.

É importante notar que a fotografia muitas vezes também funciona como impulsionador de uma ideia já pré-estabelecida visualmente. Ou seja, o fotógrafo, ao selecionar o que deseja capturar, já visa transmitir uma imagem do que imagina que outros irão se interessar em ver. O fotógrafo europeu, por exemplo, ao chegar a ilhas do pacífico como no exemplo do Taiti, já possui a sua concepção de “paraíso” antes mesmo de começar a fotografar e transmitir esta mensagem para inúmeras outras pessoas com pensamento semelhante. O próprio termo “ilha paradisíaca” surge nesta época de grande crescimento do turismo a partir destas ideias pré-estabelecidas na mente dos europeus que, impulsionados pela imagem, reforçam o estereótipo e criam um imaginário ainda mais forte que se traduz no desejo de viajar, vivenciar e explorar este tipo de local.

Seguindo o mesmo princípio, percebe-se que este tipo de destino moldado para atrair turistas a uma experiência específica é muito comum. O turismo de massa permitiu que pessoas se deslocassem ao redor do mundo e entrassem em contato com novas culturas de forma generalizada, mas esta normalização da viagem também cria a necessidade do turismo se adaptar para grupos mais restritos que buscam uma experiência única e focada em um objetivo. As viagens a locais ainda mais remotos e pouco visitados passam então a atrair este tipo de viajante.

Estes locais são então divulgados de forma a cumprir com determinado objetivo. As ilhas já citadas oferecem uma vivência tropical que assemelha-se a um “paraíso” idealizado; destinos em regiões mais altas e montanhosas ou frias muitas vezes passam a oferecer uma experiência de inverno com possibilidade de prática de esportes específicos e atividades fora do usual; resorts, por sua vez, criam uma bolha dentro de cidades “comuns” e variadas capazes de oferecer tudo o que o viajante deseja em um só lugar.

O processo no qual um local recebe incentivos e sofre mudanças para se adaptar ou mesmo iniciar um processo de atividade turística chama-se turistificação e vem crescendo continuamente desde o século XX, nas mais diferentes localidades ao redor do mundo.

No caso dos resorts, o que ocorre é a turistificação de um tipo de empreendimento, no caso as acomodações como hotéis, que acaba por criar uma nova categoria. Os resorts, muitas vezes, buscam trazer elementos da localidade ao redor para proporcionar ao turista uma experiência “autêntica”, com gastronomia local, apresentações temáticas e até mesmo decorações e atividades

que relacionam-se com a cultura da região. No entanto, estes podem ser considerados um simulacro criado especificamente para atender a necessidades específicas.

No turismo de massa já inicia-se o processo de afastamento do turista com a cultura local, considerando que este em geral está rodeado por pessoas de um mesmo grupo sócio-cultural, acompanhado de um guia que irá apresentar o destino em um idioma comum, muitas vezes sem quaisquer interações com a população e atividades locais autênticas. Entretanto, no caso dos resorts esse afastamento ocorre de forma ainda mais intensa e explícita, atraindo turistas que muitas vezes nem mesmo irão sair de suas instalações durante toda a viagem, vivendo em uma bolha criada para agradá-lo durante todo o tempo.

“Ainda que se baseie nas intermináveis idas e vindas de seus clientes, o turismo imobiliza o mundo, paralisa-o como imagem, como espetáculo. Ele a apreende no clichê, no estereótipo. Suas representações sugam a matéria histórica das coisas, para melhor embalsamá-las no mito. (...) No mundo da imagem do turismo, como em todos os mundos da imagem, nada perece; nem nada respira”⁸ Osborne, P. (2000), p.115

Com essa afirmação, o autor relaciona a imagem a este processo de turistificação que acabam por ser intrinsecamente ligados. Esta imagem criada, por sua vez, está diretamente relacionada à fotografia que começa a direcionar os olhares de quem ainda não conhece um determinado local.

Ao mesmo tempo que a fotografia tem o poder de criar de um local comum o desejo da viagem e um imaginário específico, seja este “paradisiaco” ou qualquer outro, esta também acaba por distanciar a expectativa da própria realidade. A fotografia é o fomentador dos simulacros e simulações existentes no turismo, ao criar o desejo para que estes existam com base no autêntico de cada região, mas distanciando o turista o suficiente para que este esteja satisfeito com a realidade criada pelo planejamento turístico e não sinta falta da verdadeira experiência de imersão em um determinado destino.

⁸ Tradução livre do original: “Though based in the endless comings and goings of its clients, tourism immobilises the world, brings it to a halt as an image, a spectacle. It seizes it in the cliché, in the stereotype. Its representations suck the historical matter out of things, the better to embalm them in myth. (...) In the image world of tourism, as in all image worlds, nothing perishes; nor does anything breath”

Osborne (2000) também comenta sobre como o cenário ideal do turista, no sentido de buscar a idealização absoluta convergindo experiência e conforto, se dá justamente na sua forma mais artificial, por esta ser adaptada às necessidades específicas e não uma real representação da realidade. (p. 117) Os resorts baseiam-se justamente nisso e deixam de lado parte da essência que, em teoria, é “buscada” pelo viajante, para oferecer uma autenticidade artificial que se mescla com o conforto de elementos que remetem ao lar.

Percebe-se então que, muitos dos prazeres alcançados através do turismo fazem referência a experiências que não necessariamente existem fora do mercado turístico. Com o crescimento do setor, cada vez mais diferentes regiões passaram a criar formas de transmitir a cultura local ao “estrangeiro”, seja este de um país diferente ou apenas de uma localidade distinta, a fim de que este vivencie sua rotina ao mesmo tempo que traz rotatividade econômica ao local.

Muitas oportunidades de imersão são criadas baseadas nesse princípio, como visitas a tribos remotas, mergulhos para interação com animais, workshops de técnicas de artesanato locais, etc. Se o cenário turístico for removido, nenhuma dessas atividades, dentre muitas outras, existiriam. Além disso, outros atrativos que não vivem exclusivamente do turismo mas dependem diretamente dele provavelmente também teriam sua forma de funcionamento drasticamente alterada fora do meio, como grandes parques de diversão, museus, jardins privados, monumentos históricos, etc.

Conforme a prática foi aumentando, não apenas novas experiências foram sendo criadas, mas também novos produtos, cada vez mais comuns em inúmeros destinos, existindo das formas mais óbvias como souvenirs até mesmo artigos típicos locais e comidas.

Atualmente, já existem turistas que buscam uma experiência diferente daquela apresentada em viagens de grupo iniciadas no turismo de massa e que acabam por serem reproduzidas não apenas para grandes grupos nos dias de hoje, mas também para viajantes individuais, casais ou pequenos grupos. Conceitos como *slow travel*, turismo gastronômico, ecoturismo, turismo de aventura, etc, surgem para definir modelos de viagem diferentes do que era habitual no século passado.

O ecoturismo, por exemplo, é um segmento turístico com práticas voltadas para a preservação ecológica e, portanto, mesmo com o principal foco em visitação de atrativos naturais, o viajante que segue este modelo irá sempre se certificar de manter quaisquer danos que pode causar ao meio ambiente no nível mínimo, com foco em práticas sustentáveis e visitação apenas

de locais que fomentem a preservação da fauna e flora original. Este segmento está em grande crescimento principalmente no século XXI e vai diretamente contra o conceito de turismo de massa que foi amplamente difundido no século anterior, justamente por este ter sido o responsável pela deterioração de inúmeros locais ao redor do mundo, dentre ambientes naturais, sítios arqueológicos, monumentos históricos e outros. Este fato também originou o turismo sustentável que possui grande semelhança com o ecoturismo devido a ambos evidenciarem a responsabilidade ambiental durante a viagem, mas com a diferença de que o turismo sustentável se estende para além da visita de atrativos naturais, expandindo-se também para ações sustentáveis no que diz respeito à preservação cultural e social de uma região.

O *slow travel*, por sua vez, também se origina em oposição às práticas aceleradas e genéricas do turismo de massa, ao propor que o viajante diminua o ritmo da viagem para que possa aproveitar mais dos detalhes, com uma estadia prolongada e sem que a programação seja baseada na ideia de visitar o maior número de locais no menor tempo possível. Este segmento turístico muitas vezes prioriza o comércio local às grandes redes, um maior contato com a cultura em um processo mais imersivo, na maioria das vezes fugindo do que é classificado como atrativos de grande demanda turística, ainda que estes também sejam visitados em um ritmo mais lento que o “habitual”. Muitas vezes, se comparado com roteiros oferecidos no turismo de massa, o *slow travel* tende a caracterizar viagens que acontecem durante um período maior e, ainda assim, com visita a um número reduzido de lugares, mas com uma imersão cultural muito maior, aproximando-se mais dos costumes locais do que mantendo-se em um ritmo turístico de práticas confortáveis para o estrangeiro.

O turismo de aventura assemelha-se a uma outra categoria conhecida como turismo de esporte, com a diferença de que o segundo possui foco na viagem com o intuito de realização de uma atividade esportiva específica, seja qual for, e o primeiro tem objetivo mais amplo, podendo englobar diversas atividades porém com foco em um contato intenso com a natureza e busca por adrenalina. No entanto, ainda que o nome cause a impressão de ser um tipo de turismo um pouco mais arriscado, em sua maioria é feito com muita segurança e não necessariamente restringe as atividades a práticas extremas. O turismo de aventura visa retirar o viajante de sua zona de conforto e explorar sensações, com experiências naturais, culturais e físicas. Este tipo de turismo pode unir-se ao ecoturismo a depender do tipo de roteiro planejado. Algumas das atividades mais comuns

praticadas neste segmento são *trekkings*; acampamentos; esportes radicais como *rafting* e *bungee jumping*; atividades aquáticas como canoagem e mergulhos; etc.

O turismo de negócios, apesar de ser considerado segmento turístico válido por alguns estudiosos do assunto, não se enquadra na definição oferecida de turismo disponibilizada pela OMT e na qual é baseada esta pesquisa, devido à prática de atividades econômicas. No turismo de estudos, no entanto, isso já não ocorre, uma vez que os viajantes deslocam-se visando dedicar-se a um aprendizado específico, mas acaba por se inserir também na cultura local por um período de tempo. Este tipo de turismo acaba por ser diferente da maioria dos demais, já que o seu foco não é exatamente o contato com o destino e suas particularidades, mas ainda representa grande parcela da circulação de pessoas ao redor do mundo. O comportamento e práticas de um turista de estudo podem variar drasticamente a depender da duração do curso ou graduação ao qual está a se dedicar. Boa parte destes viajantes são, na realidade, intercambistas, mas outros tipos de estudantes também podem enquadrar-se no turismo de estudo.

Por fim, outra segmentação turística que está em crescimento é o turismo gastronômico que muitas vezes não acontece durante a totalidade da viagem e, por isso, acaba por não ser tão abordado como um estilo de viagem como os demais. Como o próprio nome já diz, este segmento visa explorar a variedade culinária de um local, com visita a diversos restaurantes que podem variar de acordo com a finalidade do viajante, mas no geral com foco maior em estabelecimentos especializados em comidas típicas, independente desta ser de alta gastronomia, comida de rua ou qualquer outra. Atualmente, este tipo de turismo é muito incentivado pois é capaz de promover uma aproximação do viajante com a cultura local através do alimento, além de incentivar empreendimentos da região no lugar de grandes franquias mundiais. O turismo gastronômico também não limita-se apenas à experimentação da culinária local, mas também engloba visita a centros de produção de alimentos dos mais variados tipos, desde vinícolas a fábricas; visita a mercados regionais; aulas ou workshops culinários; etc.

Mesmo ao saber da existência de tantos modos diferentes de viajar, é importante que não se perca a noção de que estes foram apenas termos criados para agrupar tipos de viajantes em diferentes categorias e assim facilitar a comercialização de roteiros e atividades para os mais variados setores. Profissionais do turismo podem possuir foco em um modelo específico que irá gerar maior retorno como um todo, mas devem estar cientes das variações para incorporar em sua rotina práticas que agradam a diferentes públicos.

Obviamente, existem muitos outros formatos de viagens e turistas que fogem completamente de tudo o que foi exposto neste estudo, o que não inviabiliza a pesquisa nem impede que análises sejam feitas partindo de um panorama geral. Ainda que inúmeras pessoas sintam que se enquadram em um ou outro caso, as características comportamentais dos viajantes são sempre fluidas e podem, em uma mesma viagem, assemelhar-se mais a um ou outro quadro dentre os que foram discutidos previamente.

Deve-se entender também a diferença existente entre viagem turística e mero deslocamento do ponto de vista do viajante. Ainda que a descrição do que seria a viagem turística oferecida pela OMT já tenha sido abordada, para o viajante este conceito ainda pode ser um pouco mais complexo e profundo.

Por mais que um deslocamento sem fins de atividades econômicas inferior a 365 dias possa ser considerado turismo, na realidade o turismo acontece a partir de um conjunto de práticas durante este período que caracteriza o próprio lazer. Não é possível que este seja definido por atividades específicas justamente pelas variações comportamentais dos viajantes, mas algo em comum para todos é que o turismo deixa de ser considerado turismo propriamente dito uma vez que o diferente passa a ser considerado comum.

Nota-se com certa frequência em viajantes de longa data que se estabelecem em uma única cidade por um período maior que o necessário para as atividades exploratórias locais que estes passam a considerar este um período de “vivência” e não mais de “turismo”. O slow travel muitas vezes pode ser relacionado a este tipo de viagem e, como já dito, na realidade nem todos os viajantes vão enquadrar-se em uma das categorias já conhecidas e criadas para classificar o turismo, mas o que muda é a forma como o próprio turista encara a experiência que vive naquele determinado momento.

O impacto dessa interpretação por parte do viajante acaba por influenciar na forma como este se comporta em determinada situação e, inclusive, irá acabar por ter impacto também na forma como a fotografia ocorre em determinados meios.

Quando a viagem passa a ser considerada “comum”, seja pelo fato do viajante já estar em um mesmo local há mais tempo e, portanto, passar a inserir-se mais na cultura e cotidiano da região e não mais ver tudo a partir de simulacros e simulações; ou pela viagem ser, na realidade, feita para um fim específico em um local já habitual e visitado anteriormente, o que anula em certo grau

a busca pelo desconhecido; ou por qualquer outro fator que permita com que o viajante sinta-se mais “em casa” do que em uma “jornada”, seu comportamento e práticas irão também mudar.

Dessa forma, com tantas categorizações e conceitos pode parecer que a definição exata do que é turismo está a se perder, mas na realidade esta se dá justamente no nível de pertencimento que é atribuído ao viajante. O que diferencia a pessoa que viveu em um local por 6 meses daquela que viajou por 6 meses seguindo o *slow travel* é justamente a forma como ocorreu o seu comportamento neste período, bem como suas práticas.

A vivência turística pressupõe a exploração de um determinado local nos mais variados níveis e formatos. Independentemente da escolha de segmentação turística a qual deseja seguir, é importante que este aspecto exploratório não se perca para que o turismo possa ser analisado como é. O deslocamento que não gera este tipo de comportamento e mantém o viajante em seus costumes e práticas habituais deixa, por sua vez, de ser considerado turismo.

Esta característica exploratória da viagem turística é uma das principais responsáveis pela sua forte ligação com a fotografia, uma vez que o contato com o diferente gera de modo quase imediato o impulso de memorizar o cenário de diferentes formas. Desde os nossos primórdios utilizamo-nos dos meios necessários para manter registros e repassar informações, mas os avanços tecnológicos permitem que estes registros sejam cada vez mais detalhados e de acordo com a realidade. Para entender a forma como a história da fotografia se une com a história do turismo, no entanto, é preciso primeiro entender como ocorre o surgimento desta tecnologia.

Parte 3 - Fotografia

Inúmeros métodos de capturas “fotográficas” (ainda que não da forma como as entendemos hoje) foram explorados antes de resultar em um trabalho que servisse como base para entendermos a origem da fotografia. O que conhecemos atualmente como precursor da câmera fotográfica é a câmera obscura, mas ocorreram inúmeras variações desta e também de outros métodos ao longo dos anos e séculos, o que muitas vezes não é percebido uma vez que “a história das primeiras fotografias foi feita para integrar a ideia de que a invenção é regular e progressiva, com cada

experimento construindo de forma ordenada e com sucesso sobre as conquistas do passado”⁹ (Marien, 2002, p.7).

Ainda segundo a autora, os recursos necessários para a invenção da fotografia já haviam sido descobertos, na realidade, séculos atrás. Se a tecnologia necessária por si só fosse o único elemento que criasse uma barreira para a invenção da fotografia, esta teria sido descoberta ainda na era renascentista. Marien (2002) prova este argumento com o exemplo da utilização de catedrais como câmeras no início do século XVI para observação astronômica. (p.1)

Neste tipo de observação citado, a parte superior de catedrais como a Santa Maria del Fiore em Florença, na Itália, sofriam uma pequena abertura circular, que funcionava como uma lente para revelar o sol no piso de seu interior, onde seus movimentos eram medidos e analisados para diversos estudos astronômicos. Esta inclusive foi uma das formas de alcançarmos a criação do calendário moderno.

Nos anos que antecederam o surgimento dos primeiros processos fotográficos, muitos artistas buscavam formas de aprimorar a representação do real das mais inúmeras formas. O que começa a surgir neste período é o que pode ser chamado de mecanização do desenho, quando se inicia o costume de uso de aparatos para auxiliar o artista. No geral, estes mecanismos funcionavam de modo a projetar uma imagem em uma superfície a partir de um dispositivo óptico a fim de que esta guiasse as linhas do desenho.

A câmera escura, invenção que possui relação até mesmo com a forma como realiza-se a fotografia moderna, a princípio funcionava exatamente como nos exemplos das catedrais citados anteriormente. A ideia original era a de literalmente uma sala que funcionaria como câmera, totalmente fechada com apenas um pequeno orifício pelo qual seria possível a passagem de luz, o que projetaria a imagem em seu interior a partir do efeito de difração da luz. A imagem ainda não era revelada em nenhuma superfície de forma fixa e era preciso estar no interior da câmera para visualizá-la. No entanto, no século XVII esta finalmente se modifica de forma a funcionar como uma ferramenta portátil, que permitiria que fosse utilizada em inúmeros locais de diferentes modos.

⁹ Tradução livre do original: “The history of the firsts photographs has been made to fit into the widely accepted notion that invention is regular and progressive, with each experiment building in an orderly, successful way on the achievements of the past”

Outro processo importante para a história da fotografia foi a invenção da litografia, utilizada para futuros desenvolvimentos que levaram a descobertas relevantes. Esta foi inventada por acidente no fim do século XVIII, na Alemanha, pelo dramaturgo Alois Senefelder que percebeu a possibilidade de escrever seus roteiros em giz de cera sob placas de calcário para depois imprimi-los utilizando-se de tinta. O calcário era responsável por reter as marcas feitas com giz e isso permitia que replicações fossem feitas inúmeras vezes de forma simples e rápida.

A simplicidade do processo fez com que a litografia passasse a ser utilizada para inúmeras aplicações tanto para a arte quanto para o comércio. O método passou rapidamente a ser utilizado por inúmeros artistas, em especial ilustradores que trabalhavam com a imprensa e, assim, possuíam a necessidade de replicação de seus trabalhos.

Ao fim, o que realmente permitiu que a fotografia acontecesse foi a união de conhecimentos em compostos químicos com os conhecimentos do comportamento da luz que já haviam originado a câmera escura.

Alguns anos antes da descoberta da litografia, mais especificamente no ano de 1765, nascia na França Joseph Nicéphore Niépce, figura importante na história da fotografia por uma invenção que posteriormente serviria de base para novas conquistas. Em 1816, Niépce construiu sua primeira câmera escura e passou a realizar testes, em princípio baseando-se no processo já existente de litografia, explorando a partir deste outras formas de utilizar materiais sensíveis à luz para revelar imagens em diferentes superfícies. Após 10 anos, em 1826, foi feita a primeira revelação do mundo através do processo heliográfico que, por sua vez, consiste na utilização de uma fotogravura em conjunto com uma câmera escura para gerar impressões através de soluções químicas aplicadas. Este primeiro registro foi feito a partir de sua própria janela e necessitou de uma exposição de aproximadamente 8 horas para ser concluído.



Joseph Nicéphore Niépce. *View from the Window at Le Gras*. (1826)

Harry Ransom Humanities Research Center - The University of Texas at Austin

Retirado de: <https://cool.culturalheritage.org/waac/wn/wn24/wn24-3/wn24-304.html> Acedido em: Fevereiro de 2022.

Após Niépce, outro nome que surgiu para mudar a história e dar início ao que seria a fotografia como a conhecemos atualmente é Louis Jacques-Mandé Daguerre, nascido em 1789 na França. Durante sua adolescência, Daguerre mudou-se para Paris e começou o estudo e prática de pinturas para cenários em peças teatrais e óperas, tornando-se aprendiz de Degotti. Posteriormente, no ano de 1822, o francês juntou-se a outro pintor de nome Charles Bourton para criar a cena teatral em diorama, com uso de várias camadas de tecido para compor o cenário de forma total, o que futuramente tornou-se muito popular em diversas peças ao redor da França e também em outros países.

Esta criação e seu sucesso guiaram o futuro de Daguerre pelos próximos anos, nos quais ele continuou a trabalhar na criação de dioramas para diferentes teatros. Neste período, Daguerre já buscava formas de aprimorar seus trabalhos e criar processos de formas diferentes, além também de estudar o avanço da fotografia na época. Alguns testes já haviam sido feitos pelo pintor para

utilizar câmara escura como ferramenta durante suas criações, na tentativa de incorporar as imagens por essa criada de forma mecânica em um sistema de diorama.

Daguerre chegou a conhecer Joseph Nicéphore Niépce, criador da heliografia, e, mesmo após a sua morte, utilizou-se de seus estudos para dar seguimento a experimentos que o levaram a uma descoberta no ano de 1835. Com o posicionamento de uma placa de cobre revestida em prata em um armário químico, Daguerre percebeu que esta havia sido capaz de desenvolver imagens em sua superfície após aproximadamente 30 minutos. Neste experimento, descobriu-se depois, que um termômetro quebrado fez com que mercúrio em vapor permanecesse dentro do armário, sendo este o responsável por ocasionar a revelação da imagem.

Ainda assim, havia o desafio de descobrir como seria possível criar um processo como esse onde o registro da imagem fosse permanente e não desvanecesse uma vez que retirada do local de revelação. Posteriormente, em 1837, Daguerre finalmente conseguiu criar um método de fixar a imagem utilizando uma solução simples para remover o iodeto de prata da placa de cobre.

Esta invenção, ainda que houvesse sido desenvolvida com base nos estudos iniciais de Niépce, foi mérito de Daguerre e, portanto, o processo recebeu o nome de “daguerreótipo”. No mesmo ano, o governo francês validou a descoberta e ressaltou a importância de compartilhá-la com o mundo.



Louis-Jacques-Mandé Daguerre. *The Artist's Studio / Still Life with Plaster Casts*. (1837)
Retirado de: <https://www.khanacademy.org/humanities/becoming-modern/early-photo/early-photo-france/a/louis-jacques-mande-daguerre-the-artists-studio-still-life-with-plaster-casts>

Acedido em: Fevereiro de 2022.

Outro grande nome da época que merece destaque é William Henry Fox Talbot que, em 1833 durante sua viagem de lua de mel na Itália, mais especificamente em Bellagio, no Lago Como, se deparou com a frustração de ser um dos únicos de seu grupo que não possuía a habilidade do desenho e, portanto, não era capaz de registrar os momentos vividos no papel. Insatisfeito com sua limitação, Talbot decidiu utilizar seus conhecimentos científicos e tecnológicos para superar este ocorrido.

Com o auxílio de uma câmera lúcida, o inglês foi capaz de criar um registro do Lago Como consideravelmente melhor no papel. A câmera lúcida é uma ferramenta de desenho que se utiliza de um prisma para permitir que o artista observe simultaneamente a paisagem à frente e o papel que irá utilizar. Ainda assim, o resultado não foi exatamente o que Talbot esperava, o que o levou a seguir em novas tentativas de aprimorar as possibilidades de registros e capturas de um local.



Câmera lúcida de William Henry Fox Talbot. (aproximadamente 1820)

Victoria and Albert Museum, London.

Retirado de: <https://www.vam.ac.uk/articles/william-henry-fox-talbot-an-introduction> Acedido em: Fevereiro de 2022.

Ao retornar de sua lua de mel, a ideia dos registros ainda estava em sua mente e Talbot passou a fazer inúmeros testes com variados produtos químicos sobre o papel na tentativa de capturar uma imagem utilizando-se da ação da luz combinada à química. Estes testes foram capazes de produzir fotogramas, que eram representações de silhuetas do objeto a ser registrado após este ser posicionado diretamente em cima do papel já tratado e deixado por algum tempo ao sol, sem a necessidade de nenhum outro tipo de equipamento.

Os experimentos dos fotogramas foram bem mais interessantes do ponto de vista de Talbot e geraram inúmeras imagens de plantas e flores que, em sua percepção, poderiam ter algum valor comercial. Melhorias e ajustes continuaram a ser feitos continuamente, com a adição de outros recursos como pequenas caixas de madeira e lentes para a realização da captura. O maior problema ainda enfrentado era, no entanto, a capacidade de manter a imagem capturada em qualquer que fosse o material utilizado, sem que essa se desvanecesse ou sofresse exposição contínua até que se tornasse um grande borrão.

No intuito de solucionar este problema, Talbot começou a analisar as diferenças de sensibilidade entre materiais, com comparações principalmente entre o nitrato e o cloreto de prata, adicionando a estes sal de mesa comum e realizando ainda mais testes. Depois de muitas tentativas, descobriu-se que quanto mais fraca a solução salina fosse, mais sensível tornava-se o cloreto de prata, o que o levou a uma de suas mais importantes tentativas: formar a imagem utilizando-se de uma solução de sal altamente diluída e mergulhá-la em solução de sal extremamente forte momentos depois de formada, o que alterou o estado do cloreto de prata restante e interrompeu o processo de revelação. Assim, Talbot conseguiu alcançar a tão almejada fórmula para estabilizar suas imagens.

A descoberta de Talbot foi chamada de calótipo e seu uso se dá a partir de uma imagem negativa que posteriormente resulta em sua semelhante positiva, com a imagem como deve ser vista.

O nascimento da fotografia pode, então, ser um pouco complexo de se desvendar e atribuir créditos, uma vez que Louis Jacques-Mandé Daguerre, na França, e William Henry Fox Talbot,

na Inglaterra, criaram em períodos semelhantes duas maneiras diferentes de se fotografar. Outros nomes no passado também foram responsáveis por descobertas científicas que forneceram a base química para que a técnica evoluísse. Portanto, torna-se um pouco incerto a quem deve ser atribuído o mérito do surgimento da fotografia.

Um fator interessante a ser levado em consideração, no entanto, dá-se devido à grande descoberta de Talbot ter sido originada durante uma viagem, justamente a partir do seu desejo de registrá-la para que fosse possível eternizar sua memória do local. Mesmo antes da fotografia, o desejo de imortalizar um momento para que fosse possível visitá-lo novamente no futuro através da imagem já era uma realidade.

Alguns anos antes destas descobertas, ainda na primeira metade do século XIX, o início da Poligrafia surgiu também a partir de uma viagem e do desejo de registrar o que era visto. Antoine Hércules Romuald Florence era um artista e cartógrafo francês que viajava pelo interior do Brasil com o naturalista alemão Georg von Lansdorff com o objetivo de criar registros da fauna, flora e costumes locais.

Na década de 1830, Florence sentiu-se frustrado por encontrar-se em um local remoto e longe de quaisquer locais com maquinário necessário para impressão de seus materiais e, de forma a tentar solucionar este problema, acabou por inventar a poligrafia, que seria sua própria técnica de impressão.

Ainda que esta técnica não tenha relação direta com a fotografia, permitiu que Florence percebesse a forma como alguns tipos de tecidos sofriam alterações quando expostos à luz solar. Esta percepção aguçou sua curiosidade e fez com que o francês, com alguma ajuda, começasse a realizar experimentos com a câmera escura para tentar fixar as imagens que via após exposição solar.

As tentativas de capturar e fixar imagens não foi bem sucedida por Florence e este redirecionou seus esforços completamente para formatos de impressão uma vez que a descoberta de Daguerre foi anunciada ao público, já que não havia forma de competir com esta. De toda forma, ainda que não tenha sido um dos responsáveis pelas descobertas primordiais da fotografia, Florence trouxe grandes avanços em relação às técnicas de impressão existentes no momento. Não obstante, Florence foi também a pessoa que começou a utilizar o termo *photographie* para referir-se às suas tentativas de revelação, baseando-se nas palavras gregas para luz e escrita.

Estas histórias foram algumas das mais marcantes para o início da utilização de técnicas fotográficas como conhecemos atualmente. A invenção do daguerreótipo passou rapidamente a ser analisada em diferentes locais do mundo, por diferentes pessoas e estudiosos que se encontraram encantados pelo que foi relatado por Daguerre. Conforme Starl (1994):

“A rapidez com que, uma vez conhecida a notícia da invenção, os indivíduos começaram a fazer seus próprios experimentos práticos, parece sugerir que tais imagens eram há muito esperadas. Pois mesmo antes de as instruções de Daguerre serem traduzidas ou de câmeras e produtos químicos de Paris estarem disponíveis, experimentos estavam sendo feitos em muitos lugares diferentes usando aparelhos caseiros e misturas de produtos químicos preparados às pressas. Poucas semanas após o processo ser tornado público por Arago em 19 de agosto de 1839, aspectos da invenção estavam sendo reinventados ou adaptados.”¹⁰
(p.35)

Como era esperado, este entusiasmo existente com a nova descoberta foi muito mais evidente nos países mais desenvolvidos e com maior acesso a este tipo de tecnologia. Ainda assim, para a época, a velocidade com que a técnica se espalhou foi surpreendente, em especial na Europa e América do Norte. Enquanto alguns artistas e cientistas criavam seus próprios daguerreótipos de forma privada para, então, divulgá-los à imprensa local e ao mundo, também foi relatado casos onde o experimento era anunciado previamente e acontecia em local público, justamente para que todo o processo pudesse ser visto em tempo real. Algumas cidades onde isto ocorreu foram Florença e Barcelona, permitindo que seus cidadãos presenciassem o primeiro registro local feito através do daguerreótipo.

Nesta época, conforme já mencionado, o processo de captura era lento, tanto devido à limitação das lentes utilizadas, como também devido à baixa sensibilidade das placas. Dessa forma, geralmente a maior parte dos daguerreótipos eram feitos em locais abertos, com bastante

¹⁰ Tradução livre do original: “(...) the speed with which, once the news of the invention became known, individuals began to make their own practical experiments, seems to suggest that such pictures had been long-awaited. For even before Daguerre’s instructions had been translated or cameras and chemicals from Paris were available, experiments were being made in many different places using homemade apparatus and hastily prepared mixtures of chemicals. Within a few weeks of the process being made public by Arago on August 19, 1839, aspects of the invention were being reinvented or adapted.”

incidência de luz, em dias com o tempo aberto e durante as horas mais claras. Este é o motivo pelo qual existem muitas capturas deste período que mostravam vistas de janelas ou varandas.

Com o passar do tempo, inúmeros entusiastas começaram a experimentar novas ferramentas e a realizar testes utilizando a técnica descoberta por Daguerre, visando aprimorá-la de forma a ser ainda mais eficiente. Conforme ressalta Starl (1994), neste período as pesquisas estavam tão alinhadas entre si que era comum que alguns avanços fossem descobertos por diferentes pessoas em cidades distantes sem que essas tivessem contato entre si. (p.39)

Inúmeras combinações de composições químicas diferentes foram feitas com o objetivo de acelerar o processo de exposição da imagem sob a superfície e assim produzir imagens com tempo reduzidos. Starl (1994) aponta três pessoas na Inglaterra e Áustria como os primeiros a realizar avanços significativos nesse sentido, com a combinação correta de compostos. (p.39) Estas pesquisas correram de forma tão rápida que foram descobertas antes mesmo do fim de 1839, apesar de haver um atraso no relatório de informações, o que também postergou a divulgação dessas para o mundo.

Outra questão que gerou inúmeros testes foi a intenção de reprodução dessas imagens. No princípio, cada daguerreótipo possuía caráter único, uma vez que sua replicação ainda não era possível e as câmeras eram apenas capazes de capturar uma imagem por vez. Várias tentativas foram feitas a partir do uso de diferentes lentes e ferramentas que permitissem capturas dobradas.

Um ano após a invenção, em 1840, duas pessoas desenvolveram um método de reprodução de daguerreótipos através da criação de gravuras que permitiam a impressão replicada através do baixo-relevo. Seus nomes eram Alfred Donné e Joseph Berres, chegando às suas conclusões na França e na Áustria, respectivamente. Suas descobertas aconteceram em períodos muito semelhantes, quase que de forma simultânea. No entanto, ambas acabaram por não obter grande sucesso de utilização, uma vez que o formato pressupunha um processo caro e demorado para as necessidades do mercado. Neste período, quando era necessário algum tipo de replicação, era preferível a utilização de litografias feitas a partir de daguerreótipos.

Uma vez que estas questões foram solucionadas, em especial a capacidade de captura de imagens de forma mais rápida, em menos de um minuto, iniciou-se o processo de demanda da utilização do daguerreótipo de forma cada vez maior e mais comercial. Este é o período em que os primeiros estúdios começam a surgir, muitas vezes para suprir um desejo da classe média-alta que buscava por retratos próprios e/ou de suas famílias.

Todo este processo de expansão da fotografia e comercialização da mesma ocorre de forma gradual e simultânea com vários outros acontecimentos ao redor do mundo e, portanto, mesmo em relação às viagens esta já começa a se inserir como ferramenta útil para jornadas exploratórias, como será melhor explorado adiante. Ainda assim, seu uso nestes primeiros anos após os primeiros protótipos de sucesso ainda ocorre de forma muito tímida e requer algumas décadas para que realmente seja inserido de forma incisiva no cotidiano.

Nesse sentido, Marien (2002) ressalta que a fotografia possui, então, dois períodos de descobertas, se analisados de perspectivas diferentes. O primeiro é a descoberta da tecnologia e dos meios que permitiram que esta existisse, como relatado anteriormente, com todas as ferramentas corretas utilizadas de maneira conjunta para alcançar o resultado desejado. No entanto, apenas décadas depois desses primeiros experimentos, o seu uso foi reinventado através da utilização social da fotografia que passa a ser vista para os mais variados fins, em um contexto de inserção cultural. (p.2)

Em conformidade com o que a autora afirma, Starl (1994) reforça também o fator que gerou grande diferença entre o processo daguerreótipo e a fotografia, uma vez que, se analisados apenas os fatores tecnológicos, a segunda não é um avanço tão significativo do primeiro, porém, a representação em larga escala da fotografia gerou justamente o que Marien (2002) aborda como esta “segunda descoberta”, a sua utilização de forma mais frequente pela sociedade, o que também permitiu que o processo fosse cada vez mais difundido e explorado.

“A singularidade do daguerreótipo era sua característica especial - e sua maior desvantagem. No que diz respeito à reprodução fiel do tema, a fotografia em papel não representou um avanço. No entanto, o processo de daguerreótipo, ainda muito artesanal, era um anacronismo na era da Revolução Industrial. Fomentava o uso de imagens por uma elite de poucos em uma época em que a fotografia já atraía a atenção de muitos. As pessoas ansiavam por uma foto de si mesmas. O processo daguerreótipo poderia satisfazer alguns deles, mas colocou cada retrato no pedestal da incomparabilidade. Foi somente com a representação em larga escala dos contemporâneos pela impressão fotográfica que o retrato

privado realmente evoluiu para uma imagem da sociedade”¹¹ Starl, T. (1994), p.50

Obviamente, apesar dessa separação entre a descoberta tecnológica e a descoberta social da fotografia, a sua utilização não passa a acontecer apenas neste momento. Pierre-Gustave Joly de Lotbinière, que será citado posteriormente, criou daguerreótipos apenas poucas semanas após a descoberta de Daguerre ser divulgada ao público.

Na segunda metade do século XIX, a fotografia começa a tornar-se mais promissora e a tecnologia avança conforme estas imagens produzidas passam a ser utilizadas para transmissão de informações, expedições e pesquisas, com exemplos como estudos de hieróglifos egípcios realizados remotamente graças ao poder da foto, expedições exploratórias na Antártida, análises de ruínas gregas, etc. Este pode ser considerado mais um exemplo do início da fotografia da viagem, ainda que esta não possuísse caráter de lazer na época.

Entre o fim dos anos de 1830 e o início da próxima década, tanto o daguerreótipo quanto o calótipo foram patenteados, permitindo a sua utilização por inúmeras outras pessoas. A princípio, este processo ocorreu principalmente devido a uma disputa nacionalista entre França e Inglaterra sobre a invenção de técnicas tão semelhantes, mas, como afirma Marien (2002), este foi na realidade o princípio de uma transformação da fotografia de uma invenção para algo com grande perspectiva comercial. (p.25)

Como confirmação desta afirmação, os anos subsequentes provaram que a fotografia passou a ser cada vez mais vista e falada, aparecendo como tema em inúmeros jornais e revistas, sendo muitas vezes tratada como uma mistura única de arte com ciência, onde o talento artístico e “olhar” do fotógrafo era fundamental para o seu sucesso, mas este não seria alcançado sem a combinação química necessária para revelar a imagem na superfície desejada.

Obviamente, nem todos os pontos de vistas tiveram uma interpretação positiva do surgimento da fotografia. A princípio, esta também aparentava ser uma ameaça às técnicas

¹¹ Tradução livre do original: “The uniqueness of the daguerreotype was its special feature - and its greatest drawback. As far as faithful reproduction of the subject was concerned, photography on paper did not represent an advance. However, the daguerreotype process, still very much a craft, was an anachronism in the age of the Industrial Revolution. It was fostering the use of images by an elite few at a time when photography was already attracting the attention of many. People longed for a picture of themselves. The daguerreotype process could satisfy some of them, but it placed each portrait on the pedestal of incomparability. It was only with the large-scale representation of contemporaries by the photographic print that the private portrait truly evolved into a picture of society”

artísticas utilizadas anteriormente, em especial a pintura, o que fez com que muitos artistas da época estivessem cautelosos e apreensivos com as novas mudanças, assim como muitos apreciadores da arte também estiveram relutantes em aceitar o novo método como um sucesso em potencial. Ainda assim, mesmo com esta resistência existente por parte da população, a expansão constante da técnica fez com que esta já fosse prática relativamente comum no mundo ocidental da década de 1850.

Apesar de toda a relevância dos grandes nomes da fotografia para a sua história, tanto com pensadores e cientistas que permitiram o desenvolvimento tecnológico como fotógrafos com as séries de trabalhos que iniciaram tendências e marcaram o seu avanço, há também grande relevância na introdução da fotografia como prática social cada vez mais presente na sociedade como um todo, o que marcou fortemente a forma como esta passou a ser utilizada com o tempo, inclusive no que diz respeito às viagens.

“Não é apenas o preço de uma impressão ou a qualidade eminente do assunto fotografado que determina o interesse que as pessoas podem ter por uma fotografia. Existem fontes abandonadas de material fotográfico, ainda voluntariamente depositado no lixo por falta de “gosto” artístico, que os museus, mais cedo ou mais tarde, terão de se esforçar para recolher e preservar. Há muitas categorias de fotografias às quais ninguém dedicou uma única linha nas revistas especializadas da época. No entanto, essas fotografias, evoluindo, adaptando-se, desaparecendo como o fizeram, marcaram o ritmo das vidas humanas individuais”¹²
Frizot, M. (1994), p.748

As fotografias às quais Frizot (1994) se refere, são justamente aquelas utilizadas pela população de forma geral para os mais diferentes fins, visando de alguma forma congelar uma lembrança ou trazer à tona alguma pessoa ou momento importante do passado no qual deseja ser recordado.

¹² Tradução livre do original: “It is not just the price of a print or the eminent quality of the subject photographed which determines the interest people might have in a photograph. Abandoned sources of photographic material exist, still willingly consigned to the rubbish tip for lack of artistic ‘taste’, that museums will, sooner or later, have to make an effort to collect and preserve. There are many categories of photographs to which nobody devoted a single line in the specialist magazines of the period. Yet these photographs, evolving, adapting, disappearing as they did, marked the rhythm of individual human lives”

Conforme afirma o autor, desde o surgimento do daguerreótipo inicia-se o processo gradual de introdução da fotografia nos lares e no cenário da vida pessoal, rapidamente abrindo espaço no meio. Logo as imagens fotográficas passam a funcionar como objetos de recordação e coleção pessoal, muitos acessórios começam a introduzi-las em sua criação, como correntes e colares com molduras para que alguma imagem especial seja guardada, por exemplo. (p.749)

Com o passar dos anos e surgimento de novos processos de impressão e revelação que baratearam os custos gerais e também facilitaram o acesso de todos, a fotografia na joalheria e moda passou a ser cada vez mais comum, estando presente no cotidiano de muitos de forma cada vez mais marcante. Além da utilização da fotografia como lembrança de pessoas e momentos passados, esta aos poucos passou também a tornar-se parte de rituais de celebração de diferentes fases da vida, como forma de registro de uma etapa concluída ou momento vivido, como formaturas, casamentos, batismos, etc.

Este processo de recordação de momentos e de utilização da fotografia como forma de registro de um momento da vida, acaba por introduzir-se de forma tão natural no cotidiano com o passar dos anos que a tendência de sua utilização foi aumentando cada vez mais. Com o advento das câmeras de pequeno formato para uso pessoal, esta realidade passou a não mais depender de estúdios para a captura de momentos e, desde então, a câmera fotográfica passou a estar presente na maior parte das bagagens de viajantes.

Na década de 1880, o americano George Eastman iniciou um empreendimento no ramo da fotografia que mudaria o rumo da história do mundo. No ano de 1888, esta mesma empresa apresentou ao mercado a primeira câmera Kodak, que na época era já uma câmera portátil que carregava dentro de si um rolo de filmes que seriam utilizados como negativos. Na época, os usuários ainda precisavam enviar toda a câmera de volta ao fabricante para que o filme fosse trocado e revelado.



George Eastman com sua câmera durante travessia no Atlântico em 1890

Retirado de: <https://www.dailytelegraph.com.au/news/george-eastman-patented-a-camera-that-would-change-photography/news-story/51bed1f1854cf8157dc889e02d3eb9d5> Acedido em: Maio de 2022.

Este foi um grande marco para a fotografia justamente por permitir que amadores pudessem começar a explorar a técnica e capturar suas próprias imagens, sem a necessidade de tantos aparatos ou conhecimentos. A estimativa é de que, no ano de 1898, mais de 1,5 milhão de câmeras de filme Kodak já haviam sido utilizadas por amadores¹³. No ano de 1900, Eastman inclusive deu um novo passo ao introduzir no mercado a *Brownie Camera*, produto voltado para uso infantil e vendido por baixíssimo custo.

É possível dizer que o sucesso da empresa de Eastman não dizia respeito apenas a este grande lançamento no mercado, mas também às suas habilidades de promoção do produto e marca que fizeram história e auxiliaram imensamente em sua expansão. No fim do século XIX, a empresa chamava-se Eastman Kodak Company e seu slogan era “Você aperta o botão, nós fazemos o

¹³ Informação retirada de Kodak and the Rise of Amateur Photography por Mia Fineman. Department of Photographs, The Metropolitan Museum of Art, Outubro de 2004.
<https://www.metmuseum.org/toah/hd/kodk/hd_kodk.htm> Acedido em: Fevereiro de 2022.

resto”¹⁴, o que traduzia justamente o que o empresário gostaria de transmitir; a facilidade de uso desta nova câmera fotográfica.

Com o aumento destas câmeras portáteis, cada vez mais a sua utilização para fins pessoais e registros de marcos importantes da vida é reforçada. Frizot (1994) ainda afirma o fato de que as fotografias neste momento funcionam sempre de forma a contar uma história, independentemente desta ser apenas a história de um momento específico na vida pessoal de cada um. “Cada fotografia escolar, de casamento ou militar conta – dentro de um quadro bastante rígido – a história de uma aventura pessoal vivida como se fosse única e, mais ainda, tão exemplar, confirmada como à vista de todos através de imagens verdadeiras”¹⁵. (p.751)

O autor ainda afirma que essas fotografias não necessariamente acontecem de forma espontânea para capturar o momento como este foi vivido, pelo contrário, com o surgimento deste tipo de fotografia de “marcos” da vida, cada vez mais estas acontecem a partir de uma composição pensada, com seleção do vestuário, elementos, objetos, poses e cenários. A fotografia passa a funcionar também como forma de expressão, além de ser um meio de recordação para o futuro.

Aos poucos, o que antes eram apenas fotografias específicas que serviam a um determinado propósito passaram a tornar-se algo a mais, integrando áreas de atuação que englobam a ciência, medicina, viagens, arqueologia, história e, enfim, até mesmo a arte. A ideia de séries fotográficas, com a organização de diferentes imagens em sequências que fazem sentido, surge a princípio com a utilização de produções já realizadas anteriormente e torna-se mais comum com o passar do tempo, fazendo com que esta junção de diferentes imagens em um único contexto passe a acontecer com grande frequência, aumentando a noção de que a fotografia pode possuir uma narrativa assim como a escrita e não apenas funciona como um método de criação de imagens.

¹⁴ Tradução livre do original: “You press the button, we do the rest”

¹⁵ Tradução livre do original: “Each school, wedding or military photograph tells - within a fairly rigid framework - the story of a personal adventure lived as if unique, and, what is more, as exemplary, confirmed as it is in everyone’s sight through true images”

CAPÍTULO 3

Parte 1 - Fotografia Turística

Como afirma Osborne (2000, p.70), da mesma forma como a sociedade contemporânea seria inimaginável sem a fotografia, esta seria irreconhecível sem o turismo. Ambas atividades incorporam a vida contemporânea de forma tão intrínseca que se torna quase inseparável. Os avanços tecnológicos já citados evoluíram de modo a permitir que as pessoas cada vez mais os utilizassem no dia a dia, expandindo seus limites e não mais olhando para trás.

Assim, não percebe-se com surpresa o fato de que uma união da fotografia com o turismo ocorreu logo nos seus primórdios, uma vez que os dois cresceram lado a lado. As viagens sempre existiram, mas não da forma massiva que existem atualmente. Os registros visuais também sempre existiram, mas não da forma como a fotografia permite atualmente. O encontro destes dois avanços é inevitável e muda a forma como nos relacionamos com o mundo.

Ainda de acordo com Osborne (2000, p.3), um dos precursores do que seria a fotografia turística foi Pierre-Gustave Joly de Lotbinière, que criou daguerreótipos da Acrópole de Atenas em 1839, menos de 8 semanas após a invenção de Daguerre ter sido de fato revelada à população de forma geral. Dessa forma, este pode ser considerado um dos primeiros registros de uma localidade não usual que demanda deslocamento específico para visitar e apreciar, o que seria depois considerado atrativo turístico.

Conforme ressalta Starl (1994), o advento do daguerreótipo e seus desdobramentos coincidiram com a expansão de linhas ferroviárias na Europa, o que levou a expedições para diversas finalidades e que passavam a demandar cada vez mais registros visuais. “As fotos foram, assim, também vistas como documentos de uma época de grande importância nacional. Elas acompanharam os pioneiros em suas jornadas exploratórias e testemunharam suas conquistas”¹⁶. (p.42)

Este marco também evidencia o quanto a fotografia e a viagem estão ligadas desde os seus primórdios, onde buscava-se registrar não apenas cenas corriqueiras e simples mas também aquilo que é distante, de difícil acesso. Este início das formas de captura rápidas também dá início aos relatos de viagens ilustrados, deixando para trás os relatos meramente falados para o começo de uma tendência de expor e compartilhar o que é visto por meio destes novos métodos.

¹⁶ Tradução livre do original: “The pictures were thus also seen as documents of an era of great national importance. They accompanied the pioneers on their exploratory journeys, and bore witness to their achievements”

A partir do século XVI, a Europa passou a vivenciar grande expansão geográfica que desencadeou uma explosão de criação imagética na forma principalmente de mapas e imagens topográficas e, por sua vez, tiveram a sua influência no interesse dos europeus pelo distante e desconhecido. Como enfatiza Osborne (2000, p.5), estes mecanismos começam a transformar o mundo de forma a representá-lo através de imagens, uma reconfiguração que passa cada vez mais a tornar-se presente na percepção de local por cada um.

Estas representações também variam na forma como são produzidas, a partir de diferentes olhares, técnicas e objetivos. Como exemplo, a pintura holandesa assume a posição de representar os objetos e figuras de forma tridimensional, tal como a italiana; porém, diferente desta, a pintura holandesa busca representar como a visão do mundo é algo dinâmico e criado a partir de outro existente no mundo ao redor, enquanto na Itália o foco era justamente revelar o mundo a partir de um olhar idealizado a partir de um ponto de repouso, estático. Um estudo de Svetlana Alpers (1996) evidencia como a cultura visual holandesa do século XVII demonstra aspectos de capturas muito mais dinâmicas, sem uma visão estática ou unitária no espaço. Um grande exemplo deste período é a pintura *View of Delft* de Johannes Vermeer, que, apesar de a princípio parecer uma mera representação estática, na realidade demonstra um ângulo de visão aglomerado e que é apenas possível por um olhar móvel. Atualmente, pinturas como esta poderiam ser representadas na fotografia através da técnica de fotografia panorâmica, já conhecida e muito utilizada.



Johannes Vermeer. *View of Delft*. (1660-1661)

Retirado de: <https://www.mauritshuis.nl/en/our-collection/artworks/92-view-of-delft/> Acedido em: Fevereiro de 2022.

Este conceito de olhar móvel proveniente da pintura holandesa do século XVII resultou em movimento mais amplo em relação à natureza do espaço que havia sido criado anteriormente e que fundamentou os primórdios da fotografia e viagem. Dessa forma, o mundo passa a ser visto como objeto independente aos observadores, dependendo destes as variações de ângulos, olhares e conseqüentemente o resultado final da arte, seja qual for, desde a pintura à fotografia moderna. Entende-se assim, o olhar móvel como uma das maiores contribuições holandesas para a cultura visual da época.

Segundo Osborne (2000), outro fator que contribuiu para esta nova perspectiva trazida pelos holandeses se dá pelo fato do país ser um dos maiores entrepostos comerciais marítimos da Europa na época, o que tornou comum para artistas o desenvolvimento e criação de mapas e vistas topográficas, além de inúmeros elementos da navegação e viagem em naturezas mortas. (p.7) A arte, a partir deste ponto, passa a ter um caminho alheio aos motivos religiosos que eram comuns

no período em questão, mas passam a explorar o desconhecido, a visão de mundo que requer o deslocamento, seja este longo ou curto (como no exemplo da pintura de Vermeer), e representa também uma conquista humana ao alcançar locais ainda não explorados, objetos desconhecidos e novas rotas.

Como explica Heilbrun (1994), as explorações topográficas e geográficas começaram, no século XIX, a dar início a um maior interesse por imagens de locais distantes. Neste mesmo período, alguns fotógrafos mostraram interesse em edifícios industriais e padrões regionais. Em conjunto, estes fatores foram gradualmente iniciando um processo de maior investigação de motivos sociais e etnográficos. A partir dos anos 1880, a fotografia etnográfica, arquitetônica e da natureza passaram a tornar-se especializações. (p.149)

Mais ou menos no mesmo período em que surgem os primeiros estúdios de daguerreótipos, em meados do século XIX, alguns profissionais decidiram seguir um caminho oposto e, ao invés de manter-se em um local fixo para capturar retratos pessoais e familiares da classe média da época, começaram suas rotas de trabalho itinerante.

Conforme relata Starl (1994), os estúdios da época se concentravam nos grandes centros urbanos e, assim, inúmeras cidades menores e locais remotos no interior passaram a contar com a presença destes profissionais que buscavam oferecer o serviço também àqueles que não costumavam se deslocar às cidades. Na maior parte das vezes, os daguerreotipistas anunciavam sua chegada através de jornais locais ou mesmo distribuição de panfletos e utilizavam-se de salas disponibilizadas por estabelecimentos locais para o trabalho. (p.44)

Com esse tipo de trabalho, sempre que era possível esses profissionais também registravam cenas locais e eventos que estivessem acontecendo no momento, criando daguerreótipos únicos e diferentes dos quais a maioria estava a fazer com foco nos mesmos locais das mesmas cidades. Devido às ainda limitadas possibilidades em relação à exposição à luz da época, muitos também viajavam para locais mais ao sul durante os meses de inverno, buscando períodos de luz solar prolongada.

No mesmo ano em que Pierre-Gustave Joly de Lotbinière criava os daguerreótipos de Atenas, Christian Paier nasceu na cidade de Kranj, na Eslovênia, e seria um dos grandes pioneiros da fotografia de viagem na Europa. Na década de 1860, Paier começou a se aventurar na fotografia e enfrentou diversas dificuldades pessoais que o forçaram a viajar durante anos de forma ilegal.

Em determinado período, Paier passou a se utilizar de suas fotografias como principal fonte de renda e forma de sobreviver no Egito e Palestina, vendendo imagens de determinados sítios locais.

Posteriormente, em 1864, o fotógrafo conseguiu retornar a sua terra natal, onde compilou parte do material criado no exterior com imagens da Terra Santa, concedendo-as ao Imperador Franz Joseph, que reconheceu seu trabalho com grande honra e o ofereceu um anel de ouro com dezesseis diamantes. Este é um “photobook” dentre os primeiros já criados, ainda que não houvesse este nome na época, e está exposto na Galeria Albertina, em Viena.

Ainda em 1864, Paier voltou ao Oriente Médio para continuar com a carreira fotográfica, retornando a casa apenas em 1875, desta vez permanecendo por 4 anos. Neste período, manteve seu foco em ensinar e dar aulas, para então abrir o seu estúdio fotográfico em Liubliana, que esteve em funcionamento durante o período de 1877 a 1879. Infelizmente, em 1879 Paier seguiu para uma nova viagem que resultou bem até que em 1886 teve todos os seus pertences roubados em Alexandria, o que foi um incidente extremamente marcante de forma negativa para sua carreira.

Forçado a voltar a casa por complicações financeiras, Paier se viu em um momento de turbulência onde não era possível seguir o caminho que gostaria, mudando-se frequentemente de lugar em lugar e buscando ao máximo continuar a dedicar-se à fotografia com seus recursos escassos. Este foi o ritmo de sua vida até o fim, falecendo em 20 de agosto de 1895, em Liubliana.

Apesar de ter tido um fim de carreira não tão primoroso, as fotografias da Terra Santa de Paier são um dos grandes marcos dos primórdios da fotografia de viagem na Europa, destacando-se como algumas das primeiras já registradas do local.

Retornando alguns anos antes do sucesso de Paier, em 1842, foi criado o que pode ser considerado de fato como um dos primeiros livros de viagem baseado em fotografias, quando o francês Lerebours compilou uma série de litografias feitas por diferentes fotógrafos, intitulando-a *Excursions Daguerriennes: villes et monuments les plus remarquable du monde*, que inclusive incluía três litografias feitas a partir dos daguerreótipos da Acrópole de Atenas de Pierre-Gustave Joly de Lotbinière, já citados anteriormente. Como enfatiza Osborne (2000), a limitação tecnológica foi o único motivo para que os livros de viagem com verdadeiras impressões fotográficas levassem ainda 10 anos para surgir. (p.19) Um dos primeiros deste novo e moderno modelo foi criado em 1852 por Maxime du Camp e intitulado *Egypte, Palestine et Syrie*.



Maxime Du Camp. *Égypte Moyenne, Pyramide de Chéphren.* (1850)

Retirado de: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/263214> Acedido em: Janeiro de 2022.

Em meados do século XIX o turismo europeu estava tornando-se bem estabelecido em diferentes partes do mundo, em especial no Oriente Médio. Neste contexto, a fotografia passou a ser, aos poucos, introduzida como um atrativo e mecanismo capaz de padronizar olhares e localidades, assim também guiando o comportamento do turista durante a realização da viagem. Cada vez mais a fotografia passa a se tornar um ritual indispensável para quem viaja, funcionando como um símbolo de memória de terras distantes e, de acordo com Osborne (2000), em breve o turismo se tornaria inimaginável sem a sua presença. (p.20)

“(…) a expansão das potências ocidentais na Ásia, África e América Latina proporcionou novas vistas para serem fotografadas e um meio visual persuasivo para racionalizar o aventureirismo estrangeiro. O novo método de criação de imagens alterou a maneira como as pessoas se

relacionavam com a mídia visual. Em meados da década de 1850, a fotografia, que inicialmente parecia um fenômeno maravilhoso, tornou-se uma parte rotineira da vida ocidental.”¹⁷ Marien, M. (2002), p.30

Esta expansão exploratória com uso da fotografia como ferramenta de registro fez com que o acesso à informação do estrangeiro pudesse ser alcançado por grupos que antes jamais teriam este conhecimento. Portanto, já nesta época percebeu-se a forma como esta tecnologia não apenas se tornaria permanente no âmbito local, mas também seria essencial para ampliar conhecimentos e transmitir mensagens de forma visual sobre diferentes partes do mundo.

Nos anos 1860, conforme discorre Heilbrun (1994), muitos especialistas em vistas topográficas começaram a adaptar seu trabalho para produção comercial, o que gerou ao longo da década uma industrialização técnica da fotografia. Na década de 1850, alguns profissionais como Baldus, Nègre e Fenton, já buscavam formas de contornar a questão da não permanência da imagem na impressão que era permitida ser feita com a tecnologia da época e assim utilizavam o processo de fotogravura como substituto; porém as imagens só começaram de fato a ter valor comercial após a invenção do processo meio-tom. Com este constante avanço tecnológico na área, por volta de 1875 as impressões em papel albuminado já eram consideradas como a técnica padrão, sendo substituídas quase que totalmente pelas impressões em gelatina de prata nos anos 1890. (p.150)

Heilbrun (1994) ainda reúne em sua pesquisa uma vasta coletânea de exemplos de imagens criadas no século XIX que já podem ser consideradas como fotografias de viagem, dentre as quais destacam-se os franceses Le Gray com as fotografias da Floresta de Fontainebleau (1855); e Baldus que, durante a viagem da Rainha Victoria a Paris em 1855, registrou na cidade a modernização de Paris especialmente após a inauguração da ferrovia Chemin de Fer du Nord. Estes registros de Baldus foram extremamente importantes para a época por sua capacidade de evidenciar a forma como a nova arquitetura se funde com o que já era existente e como estruturas modernas como viadutos, pontes e ferrovias formam o que na época estava a se tornar um novo cenário de metrópole. (p.151)

¹⁷ Tradução livre do original: “(...) the expansion of Western powers into Asia, Africa and Latin America provided fresh vistas to be photographed, and a persuasive visual means to rationalize foreign adventurism. The new image-making method altered the way in which people related to visual media. By the mid-1850s, photography, which had initially seemed a wondrous phenomenon, had become a routine part of Western life”

Aos poucos, estes motivos tornaram-se comuns e muitos outros temas também passaram a surgir, muitas vezes alcançados a partir de viagens a locais distantes e remotos como foi o caso das fotos de glaciares e alpes que começaram a surgir na França na segunda metade do século XIX. Ocasionalmente, expedições ao estrangeiro eram patrocinadas pelo governo francês, o que permitiu a muitos fotógrafos da época a criação de imagens de locais ainda mais distantes.

Após Talbot alguns outros nomes importantes surgiram no Reino Unido como Roger Fenton, que teve muito sucesso com duas séries fotojornalísticas da Rússia (1852) e Guerra da Crimeia (1854), onde este provou que apesar dos intuitos jornalísticos de seus registros, estes ainda possuíam caráter artístico e composições muito interessantes. Mesmo em sua terra natal, Fenton também reuniu uma série de fotografias de locais importantes, igrejas e abadias. Suas imagens no geral são caracterizadas por efeitos de luz e Heilbrun (1994) destaca dois bons trabalhos como exemplos destes efeitos, sendo estes às fotografias das abadias de Rievaulx (1854) e Furness (1860). (p.155)



Roger Fenton. *Rievaulx Abbey*. (1854)

Retirado de:

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/283079> Acedido em 25/01/2022.

É importante ressaltar também que para estes primeiros grandes fotógrafos da história a fotografia de turismo ainda oferecia uma questão adicional a ser levada em consideração. Devido a necessidades tecnológicas da época, era necessário que os fotógrafos viajassem com todo o material necessário que, em sua totalidade, acabava por ser muito volumoso e pesado. Tudo o que era necessário para fotografar precisava ser levado de um local ao outro, como câmara escura,

placas revestidas de prata e produtos químicos em diversos frascos e recipientes. Em 1856, Maxime du Camp enfrentou uma expedição à Algéria com um total de 1.100kg. Alguns anos antes, em 1849, durante expedição ao Egito, o mesmo comentou: “Aprender a tirar uma fotografia não é muito difícil, mas transportar todo o equipamento que você precisa nas costas de uma mula, camelo ou homem é realmente um trabalho árduo”¹⁸. (apud Jean-Claude Gautrand in Heilbrun [1994], p.158)

Além disso, nesta época já era possível perceber padrões nas capturas e forma como estas eram realizadas. Osborne (2000) enfatiza que a fotografia de viagem consegue mediar o mundo não apenas através do produto final em si, mas também devido a suposições gerais compartilhadas entre os fotógrafos e o espectador. (p. 17) Portanto, até mesmo para o profissional responsável pelas capturas, o direcionamento do olhar está muitas vezes relacionado ao estereótipo comum de onde se encontra, levando à produção de materiais que continuam o ciclo de manter este estereótipo vivo como realidade quando apenas é um recorte direcionado do espaço como um todo.

Ainda de acordo com Osborne (2000) a importância do local fotografado a partir da bagagem cultural do espectador determina a intensidade da experiência visual. (p.19) Portanto, pode-se dizer que, principalmente quando se diz respeito à fotografia de viagem comercial, este ciclo de reforçar cada vez mais o imaginário já pré-existente de uma localidade acaba por fazer-se necessário para que a fotografia seja apreciada pela massa. Um olhar voltado ao detalhe, ao cotidiano ou à essência imperceptível porém profunda de uma cultura diferente, muitas vezes pode tornar-se enfadonha ao olhar do espectador que busca por afirmações de uma realidade fictícia já criada em sua mente. Este é um dos motivos pelos quais pode ser percebido que, em especial nos primórdios da fotografia de viagem, muitos fotógrafos retornavam ao mesmo sítio para capturar diferentes perspectivas de pontos importantes e significativos.

Conforme afirma Marien (2002), os fotógrafos de viagem muitas vezes acabam por escolher locais emblemáticos e já conhecidos, não apenas para reforçar o imaginário do local, mas também pela maior probabilidade de sucesso de suas capturas, pela facilidade do público de identificar as cidades e locais fotografados. (p.57)

¹⁸ Tradução livre do original: “Learning how to take a photograph is not too hard, but transporting all the equipment you need on the back of a mule, camel or man is really hard work”

As necessidades ideológicas, bagagem cultural e expectativa da fotografia são aspectos que direcionam o fotógrafo durante o seu trabalho, levando-o em direção a um ponto focal específico que deseje expor aos espectadores.

“A fotografia comercial de viagens também foi regida pelas expectativas dos clientes em relação ao próprio meio. Eles eram quase impossivelmente misturados. As fotografias eram necessárias para fornecer igualmente a precisão neutra do traço fotográfico, o espetáculo da vitrine do exótico e o envolvimento epifânico com o sagrado. Esperava-se que cada um desses efeitos levasse os espectadores para além de suas existências cotidianas e ainda confirmasse suas suposições mais centrais sobre o mundo em geral e o mundo não-europeu em particular”¹⁹
Osborne, P. (2000), p.19

Para além das já citadas, muitas outras expedições que ocorreram no século XIX em direção à África, Oriente Médio e Ásia por fotógrafos europeus demonstram o início da busca pelo registro do desconhecido, do diferente. A fotografia passou a permitir que o distante fosse alcançado por inúmeras pessoas que nunca iriam se deslocar fisicamente até os locais em questão. O Japão, por sua política mais fechada aos demais países, foi um dos últimos a ser explorado por fotógrafos europeus. O trabalho local de estrangeiros passou a ser permitido em terras japonesas a partir de 1859 e, com isso, foram produzidas as primeiras vistas topográficas comerciais. Como ressalta Heilbrun (1994), um importante nome deste período é Felice Beato, um fotógrafo ítalo-britânico que publicou 2 álbuns com 100 impressões chamados "Photographic Views of Japan" e "Native Types of Japan", mostrando a vida cotidiana local de forma delicada e harmoniosa. Seus trabalhos foram coloridos à mão em aquarela por artistas japoneses, o que não apenas permitiu a Beato que estrangeiros apreciassem seu trabalho, mas também conquistou o público local. (p.164)

¹⁹ Tradução livre do original: “Commercial travel photography was also governed by clients’ expectations of the medium itself. They were almost impossibly mixed. Photographs were required to provide equally the neutral accuracy of the photographic trace, the shop-window spectacle of the exotic, and the epiphanous engagement with the sacred. Each of these effects was expected to carry viewers beyond their everyday existences and yet confirm their most central assumptions concerning the world in general and the non-European world in particular”



Felice Beato. *Fotografia após pintura de detalhes à mão.* (Ano desconhecido)

Retirado de: <https://cvltnation.com/the-photography-of-felice-beato/> Acedido em: Janeiro de 2022

Ao abordar o início das expedições fotográficas às Américas, Heilbrun (1994) comenta sobre a maior aparição de nomes locais neste cenário. Alguns fotógrafos americanos começam também a emergir e deslocar-se dentro do próprio país para capturar paisagens distantes. Aos poucos os fotógrafos europeus também passaram a ter maior presença nas Américas e o foco das imagens no geral era sempre sobre ferrovias ou paisagens naturais, permanecendo desta forma até o final do século XIX. Algo diferente ocorreu no Brasil, por exemplo, uma vez que a fotografia de paisagem voltada especificamente para o turismo teve um rápido crescimento, com um aumento significativo principalmente durante o período do reinado de Dom Pedro II, publicamente conhecido como entusiasta da fotografia.

Neste período, Marc Ferrez pode ser nomeado como um grande nome dos primórdios da fotografia brasileira, sendo responsável por um trabalho de alta qualidade e vasta variedade no país a partir de 1863. Seus importantes registros capturaram desde a construção de ferrovias e estradas

até uma pequena população de escravos negros libertados por Dom Pedro II em 1865, possuindo portanto grande valor histórico para a nação. (p.165-166)

Nestes tipos de locais colonizados por europeus, é possível perceber a tendência do uso da fotografia como registro histórico voltado à apreciação do pitoresco, do diferente. Osborne (2000), referindo-se especificamente à Austrália, afirma que todas as formas de viagem e, assim, toda a fotografia de viagem que se dirigisse para além dos centros metropolitanos neste período, era de alguma forma marcada pelo colonialismo. (p.18) Nestes casos, o tema foco da imagem e sua estrutura visual traziam ao espectador uma relação não apenas estética para apreciação, mas sim de exposição de uma nova realidade, costumes, práticas e história.

“É preciso equilibrar a valorização do prazer e da liberação oferecidos aos espectadores pela fotografia de viagem com o entendimento de que ela funcionava igualmente como meio de disciplinar os desejos dos consumidores e de estruturar suas percepções do mundo dos outros”²⁰
Osborne, P. (2000), p.27

Com as diversas expedições que ocorreram em prol dos registros fotográficos no século XIX, iniciou-se também o processo de percepção da fotografia como ferramenta cultural desta “missão civilizatória” europeia, como era chamada na época de acordo com Osborne (2000, p.25). Esta missão tinha como objetivo explorar locais remotos do globo e eternizar patrimônios diversos não apenas sob a óptica pessoal da memória, mas também como documentação histórica de tudo o que não pode ser garantido como eterno.

As ruínas restantes do Egito antigo foram um dos responsáveis pelo início dessa forma de pensamento, uma vez que é perceptível as mudanças existentes nestes sítios em meados do século XIX se comparado à realidade de 1798 durante a invasão Napoleônica que foi registrada através de diversas ilustrações por inúmeros artistas, mas ainda não contou com registros fotográficos.

²⁰ Tradução livre do original: “One needs to balance the appreciation of the pleasure and release offered to viewers by the travel photograph with the understanding that it functioned equally as a means of disciplining the desires of consumers and of structuring their perceptions of the world of others”



Nicolas-Jacques Conté. *Memphis. Vue du sphinx et de la grande pyramide.* (1805-1812)
Retirado de: <https://ateliersartmuseesnationaux.fr/fr/estampes/KM004872?guid=61f56830cb159>

Acedido em: Janeiro de 2022



Jacques-Marie Le Père. *Ile de Philae. Vue perspective intérieure coloriée.* (1805-1812)

Retirado de: <https://ateliersartmuseesnationaux.fr/fr/estampes/KC004548?guid=61f568724a68e>

Acedido em: Janeiro de 2022

Dessa forma, é possível perceber o valor educacional existente na fotografia que permite a memorização de locais em tempos passados, agindo contra o esquecimento humano ao longo de gerações. Ainda assim, este caráter histórico não está diretamente desconectado da sua influência ao turismo, uma vez que muitas vezes o viajante é motivado justamente pela carga de história que um determinado local tem a oferecer.

Esta ligação também passou a surgir a partir da culpa existente na realização de viagens sem propósitos maiores no século XIX. A princípio, a viagem não era um privilégio de todos e, para os que possuíam esta possibilidade, as expedições de longa distância costumavam ter um objetivo final. Neste período, porém, já é possível perceber o início do interesse turístico por puro prazer em viver temporariamente em uma localidade diferente do cotidiano do qual se está acostumado. No entanto, conforme explica Osborne (2000) esta busca pelo devaneio e desconexão pura era muitas vezes mascarada por qualquer ganho educacional ou religioso que uma viagem poderia vir a oferecer (p.26), assim removendo de si qualquer culpa pelo exercício do ócio.

O ócio, no entanto, possui papel fundamental para os momentos de lazer. Este representa um momento de desprendimento da realidade onde outras tarefas se tornam irrelevantes e é possível que ocorra uma desconexão que permite a idealização de momentos específicos e busca pelo próprio eu. A constante aceleração do cotidiano ao redor do mundo, que se intensifica a partir da revolução industrial, cria a ideia de que momentos de pausa sem alguma atribuição devem ser vistos de forma negativa, com a concepção de que mesmo no lazer é preciso que o tempo seja ocupado com alguma atividade.

Ainda assim, o ócio é o que permite o devaneio que, por sua vez, permite que a mente viaje até lugares distantes e construa expectativas com o que se deseja viver um dia.

“O devaneio continua a ser um prazer fundamental na confecção de prazeres de viajar. A liberdade de sonhar acordado, de se perder em devaneios, é parte da promessa de liberdade da viagem, parte do privilégio do viajante”²¹ Osborne, P. (2000), p.25

O devaneio, então, surge e solidifica o imaginário de um contexto ideal para cada um. É o que permite que as ideias se juntem e passem a criar um cenário que cause o desejo de ser alcançado por essa possibilidade de ser justamente livre e então adaptar-se ao ideal individual de cada um. Este ato, apesar de poder resultar em uma expectativa utópica, parte de pontos reais que foram absorvidos através de informações recebidas ao longo da vida, seja no formato de fotografia, vídeos, livros, filmes, histórias, etc.

Assim, o devaneio tanto mencionado por Osborne (2000) na realidade é um dos primeiros indicativos da influência de relatos, registros e materiais midiáticos na expectativa do turista. O devaneio puro e sem nenhuma referência visual ou descritiva acaba por criar uma realidade imaginária puramente baseada no que já foi visto anteriormente e na bagagem cultural de cada indivíduo, o que no fim limita a mente e acaba por criar situações ainda muito próximas do cotidiano.

Por sua vez, o devaneio influenciado pela fotografia ou quaisquer outros tipos de conhecimento descritivo permite que a mente viaje para longe e comece a explorar locais

²¹ Tradução livre do original: “Reverie remains a key pleasure in travelling’s confection of pleasures. The freedom to daydream, to lose oneself in reverie, is part of travel’s promise of freedom, part of the traveller’s privilege”

longínquos muito antes que o corpo seja capaz de fazê-lo. Este ato inicia o processo de criação de um estereótipo e expectativa existente para qualquer futuro viajante.

Ainda abordando o século XIX, é importante ter em mente que, por mais que os meios de deslocamento estejam em processo de expansão e garantindo a oportunidade de viagem para um maior número de pessoas, a maioria dos que tinham contato com a fotografia de viagem nunca chegavam a percorrer nenhuma distância por conta própria, muito menos alcançar locais tão distantes quanto os que passaram a ser fotografados.

A casa de famílias de classe média durante a Era Vitoriana foi analisada por Osborne (2000) por serem um dos principais locais de consumo privado das fotografias de viagem da época. Neste período, as fotografias transformaram-se aos poucos no meio mais comum de compartilhamento de jornadas distantes e o consumo dessas representações visuais passa, cada vez mais, a permitir que o mundo possa ser conhecido e experienciado através das imagens. (p.54)

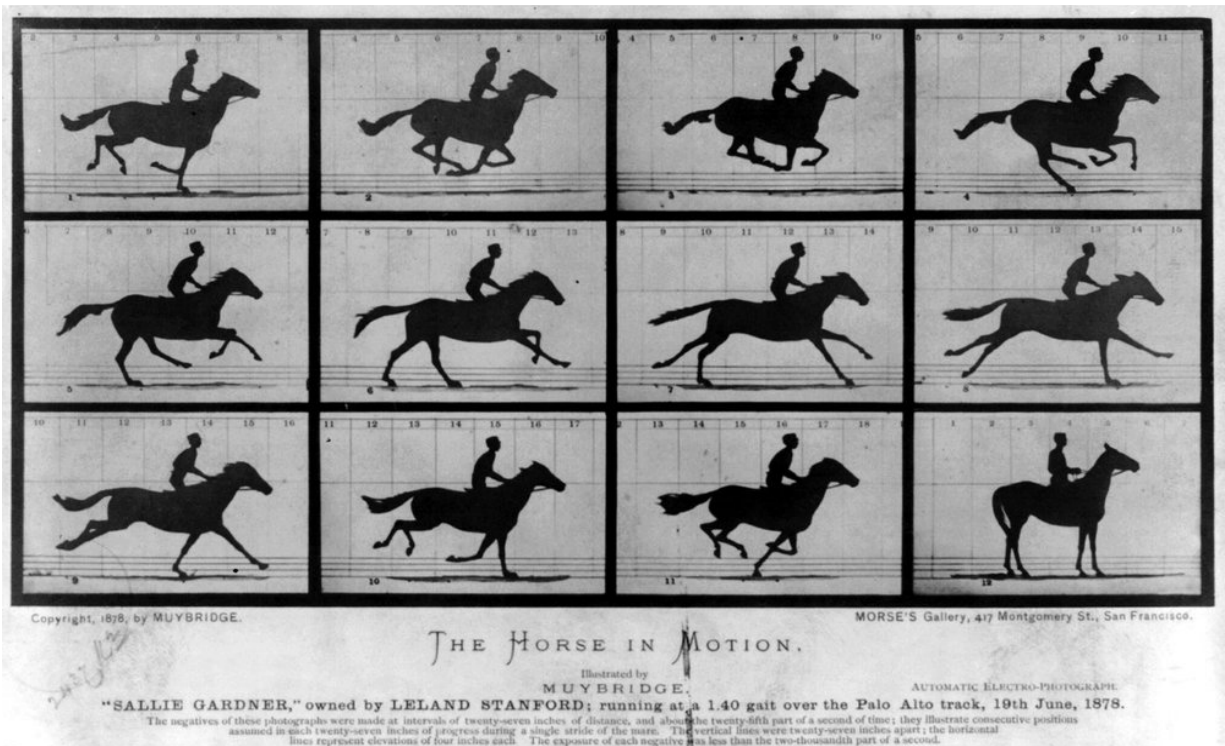
Neste cenário, a fotografia de viagem permitiu àqueles sem acesso a realização de uma experiência com o exótico por conta própria a participação no processo de gradual exploração global, bem como o sentimento de colonização e dominância sobre tantos locais ainda pouco explorados pelo homem europeu. A tecnologia passou a abrir espaço para sua evolução de forma cada vez mais rápida e a fotografia passou a encurtar a distância entre objeto e sujeito para que fosse possível visualizar cenas distantes no tempo e espaço. De acordo com Osborne (2000), as fotografias também funcionavam como commodities e protótipos de bens informacionais e estéticos que dominaram esta Era. (p.56)

É interessante notar que, apesar da aceleração constante a qual o mundo passava (e ainda passa), que tornaram as viagens cada vez mais dinâmicas, a fotografia de turismo raramente expõe este dinamismo, principalmente antes do século XX. Em sua maioria, as fotografias eram feitas de modo a representar um local em uma imobilidade artística que contrastava com esta realidade acelerada por não condizer com este cenário.

O movimento em si raramente é abordado na fotografia de viagem em sua fase inicial, este não era um motivo relevante e a ideia geral era a de congelar um momento de forma que este parecesse imóvel por um tempo indefinido, sem nenhuma perspectiva de mudança ainda que inserido em um mundo onde mudanças acontecem a todo momento.

“Embora existam milhares de fotografias de trens, veleiros e navios a vapor, automóveis e aeronaves, até cerca de 1910 poucas são formadas em uma linguagem visual capaz de expressar a natureza das viagens modernas - seu dinamismo, sua remodelação da percepção visual, seus deslocamentos repentinos e múltiplas coincidências, suas mentalidades e sensibilidades associadas. As viagens eram comumente representadas, mas não em uma forma estética que fosse em si um produto da viagem.”²² Osborne, P. (2000), p.159-160

Nomes importantes no que diz respeito a este tipo de fotografia de movimento antes que estas se tornassem populares são Eadward Muybridge e Étienne-Jules Marey, por terem sido dois dos poucos e, no entanto, os mais reconhecidos no que diz respeito ao estudo do movimento humano e de animais através da fotografia.



Eadward Muybridge. *The horse in Motion.* (1878)

²² Tradução livre do original: “While there exist thousands of photographs of trains, sailing ships and steamships, early automobiles and aircrafts, until after about 1910 few are formed in a visual language able to express the nature of modern travel - its dynamism, its reshaping of visual perception, its sudden dislocations and multiple coincidences, its associated mentalities and sensibilities. Travel was commonly represented but not in an aesthetic form that was itself a product of travelling.”

Retirado de: <https://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/how-19th-century-photographer-first-gif-galloping-horse-180970990/> Acedido em: Março de 2022

Muybridge nasceu na Inglaterra mas teve seu reconhecimento referente à história da fotografia depois de sua mudança aos Estados Unidos com aproximadamente 20 anos de idade. Um de seus mais importantes trabalhos foi a sequência do cavalo em movimento, realizada em junho de 1878 a partir de sua contratação por Leland Stanford, entusiasta de cavalos de corrida e construtor da Central Pacific Railroad, nos Estados Unidos, para que fornecesse provas de que durante o galope de um cavalo existe um momento em que as suas quatro patas encontram-se no ar, sem que toquem o chão. Este era um debate que ocorria no meio neste período e ninguém até então havia sido capaz de confirmar o movimento real do galope em todas as suas etapas, devido a velocidade do movimento que impede a assimilação por etapas através do olhar.

No passado, Muybridge já havia trabalhado para Stanford com o mesmo objetivo, porém obteve um resultado que deixou a desejar. Nesta primeira tentativa, o fotógrafo criou um mecanismo feito especialmente para criar uma captura que ocorresse com baixíssimo tempo de exposição, o que não ocorria com os aparelhos disponíveis na época. Este foi um dos primeiros protótipos de um obturador mecânico, uma vez que o comum neste período era a exposição feita através da retirada manual de uma tampa sobre a lente.

Infelizmente, esta fotografia acabou por revelar-se embaçada e com pouquíssima nitidez. Houve algum reconhecimento na época devido à sua ambição de realização, mas em maior parte o fotógrafo recebeu críticas negativas que acusavam seu trabalho de fraude.

Já nesta segunda proposta de 1878, para alcançar seu objetivo, Muybridge utilizou-se de um pano branco como fundo associado também às paredes da pista pintadas de branco e pó de mármore no chão, para que todo o cenário ao redor pudesse ser claro, contrastando com a cor escura do cavalo, formando uma silhueta bem definida.

Através de um mecanismo feito especialmente para capturar este movimento e com a utilização de diferentes câmeras, o fotógrafo foi então capaz de efetuar inúmeros disparos em sequência que resultaram nas imagens do movimento completo, funcionando também como a primeira “animação” no formato de stop-motion se vistos como um todo em movimentos rápidos.

Por saber desta possibilidade de observação da imagem em movimento, Muybridge foi além de apenas prover a resposta para a grande questão do galope do cavalo, dedicando-se para

que as pessoas pudessem de fato observar o movimento de forma contínua. O fotógrafo foi o responsável pela criação do zoopraxiscópio, um dispositivo capaz de projetar imagens sequenciais a partir de um disco de vidro que gira de forma rápida e permite a visualização em loop do stop-motion.

Este foi um marco histórico para a fotografia de movimento, não apenas pelo mecanismo que permitia ao olho humano ver o movimento em tempo real como em uma gravação, mas também pelo foco neste dinamismo transmitido através da fotografia que era raramente explorado nesta época.

O outro grande nome deste tipo de fotografia neste período é o de Étienne-Jules Marey, cientista nascido na França que teve seu trabalho reconhecido não apenas para o desenvolvimento e história da fotografia, mas em outras áreas como na cardiologia.

No ano de 1869, em uma de suas pesquisas com o intuito de mostrar como o organismo de um pequeno e delicado inseto se movimenta durante o voo, fez com que este criasse um protótipo desse animal de forma artificial para o estudar em detalhes. Este foi o primeiro projeto que o levou ao desenvolvimento de estudos posteriores no que diz respeito ao movimento de diferentes espécies. Ao começar a estudar animais maiores, Marey teve a ideia de fotografá-lo de forma contínua para captar justamente as diferentes fases de um mesmo movimento. Um de seus grandes trabalhos publicados, *Le Vol des Oiseaux*, ou “O Voo dos Pássaros” de forma traduzida, reúne inúmeras fotografias, desenhos e diagramas focados especialmente neste movimento de pássaros durante o voo.



Étienne-Jules Marey. *Analysis of the Flight of a Pigeon by the Chronophotographic Method.*
(1883-1887)

Retirado de: <https://www.moma.org/collection/works/50605> Acedido em: Março de 2022

Dois anos antes desta publicação, no ano de 1888, Marey deu início ao termo “cronofotografia” para referir-se à técnica que utilizava para este tipo de captura em movimento, realizadas a partir de um conjunto de fotografias em sequência.

Outra importante publicação, ainda que menos rica no que diz respeito a imagens e desenhos, é a de *La Machine Animale*, ainda na década de 70, que abordava justamente a movimentação do deslocamento de animais. Este trabalho em específico é interessante pois relaciona-se com a captura do cavalo a galopar de Eadweard Muybridge já mencionada anteriormente, justamente pelo fato da afirmação de que existe um momento em que o cavalo retira as quatro patas do chão durante o movimento ter sido já mencionada por Marey neste livro de 1873, ainda que sem provas através de imagens.

Para produzir este tipo de imagem em movimento, Marey a princípio criou o que era chamado de “arma cronofotográfica”, por possuir um gatilho que permitia a exposição contínua de diferentes momentos em um mesmo suporte fotográfico, em sequência e de forma muito rápida

com aproximadamente 12 quadros por segundo. Este mecanismo foi essencial para o estudo do movimento que não apenas impactou na história da fotografia mas também de diversas outras áreas, em especial a área da saúde e fisiologia. Portanto, entende-se este processo como cronofotográfico, resultando na cronofotografia.

Ainda assim, Marey cria duas categorias diferentes de cronofotografia, ainda que ambas partissem do mesmo processo. A primeira resulta, na realidade, em um objeto semelhante àqueles feitos por Muybridge, com imagens sequenciais, quando a captura é revelada sequencialmente sobre placas móveis ou giratórias, sendo estas depois sobrepostas ou não; a segunda ocorre em uma única placa fixa que revela a seqüência do movimento em uma só superfície, sendo naturalmente sobreposta em seu processo de criação, como no exemplo abaixo.



Étienne-Jules Marey, Georges Demeny. *Sem título (Sprinter)*. (Pós-1893)

Retirado de: <https://www.moma.org/collection/works/50087> Acedido em: Março de 2022

Com o tempo foi possível perceber, no entanto, que este processo de revelação em uma única superfície acabava por tornar-se muito confuso para o espectador ao tratar de movimentos mais lentos e menos abruptos. Isso acontecia pois a velocidade do intervalo entre as diferentes exposições à luz era muito reduzida ao relacionar com a velocidade do movimento, o que acabava por gerar uma imagem borrada e sem divisão clara das etapas do movimento como no exemplo acima. Dessa forma, suas imagens feitas a partir de movimentos rápidos causavam melhor impressão e mais facilidade de análise científica.

A grande diferença entre os estudos de Eadweard Muybridge e Étienne-Jules Marey, no fim, deve-se à técnica de fotografia feita por cada um, onde o trabalho do primeiro era feito para demonstrar o movimento em uma sequência, com diferentes negativos que poderiam ou não serem revelados e combinados com mecanismos que permitissem a sua movimentação; enquanto que o segundo capturava o movimento através de múltiplas exposições sobre um mesmo suporte fotográfico.

“(…) a visualização do movimento por si só não representa sequer uma equivalência formal da viagem. Mas desse projeto mais amplo que se preocupou em notar ou anatomizar o movimento, surgiu um trabalho em que podemos testemunhar a tentativa de traduzir em forma visual uma consciência e um modo de ver sendo transformado pelos modos contemporâneos de viagem; isto é, para resolver os objetos e assuntos da viagem.”²³ Osborne, P. (2000), p.160

Por fim, a história destes dois grandes nomes torna-se importante pela sua relevância nos primórdios do estudo do movimento que, ainda que com uma perspectiva diferente, irá ganhar notoriedade na fotografia turística algumas décadas à frente. Em um período onde a fotografia era majoritariamente utilizada para imortalizar e congelar momentos em um cenário pacífico e quase blindado de qualquer interferência, a iniciativa de criar um trabalho que demonstra justamente o contrário torna-se disruptiva.

Neste contexto da fotografia enquanto objeto que traduzia uma realidade imóvel e capturada de forma a torná-la ideal aos olhos dos espectadores, a fotografia de viagem propunha uma realidade quase irreal e fantástica, um mundo com valores que se opunham ao que era conhecido até então. Além disso, esta irrealidade utópica também trazia à classe média uma sensação de realização como um grupo, de ganho de status baseado na exploração destes “novos” locais.

Sobre a percepção da fotografia de viagem pelos espectadores, Osborne (2000) discorre:

²³ Tradução livre do original: “(…) the visualisation of movement alone does not represent even a formal equivalence of travel. But out of this wider project which concerned itself with notating or anatomising movement came work in which we can witness the attempt to embody in visual form a consciousness and a way of seeing becoming transformed by travel’s contemporary modes; that is, to resolve travel’s objects and subjects.”

“Como representações de regiões conquistadas, elas confirmam o senso de poder do espectador. Seu realismo e, especialmente para os espectadores do século XIX, seu brilho visual, sua exuberância, correspondiam à riqueza do mesmo, derivada com toda a probabilidade das mesmas regiões retratadas na fotografia. E, no entanto, como imagens do mundo ‘extraordinário’ além da sala de estar, como produtos das aventuras dos outros, eles eram igualmente capazes de confrontar os espectadores com intensidades ausentes em suas próprias vidas e deixá-los se sentindo diminuídos.”²⁴ (p.58)

Assim, nesta mesma casa de classe média analisada pelo autor, é possível perceber que este tipo de fotografia era capaz de criar um sentimento conflituoso para o próprio ego e bem estar do espectador. Para a família de classe média europeia, ainda que seus recursos muitas vezes impossibilitam a realização da viagem, esta ainda se encontra em um patamar econômico-social que garante a possibilidade de ter contato com os registros fotográficos de grandes expedições. Portanto, ao mesmo tempo que a fotografia permitia àqueles que a observavam viajar e experienciar o privilégio da riqueza de conhecimento e vivências do conforto de sua poltrona, também recordava o espectador de sua realidade distante àquela vista nas imagens.

A viagem, na realidade, já era associada a representações e registros imagéticos muito antes do advento da fotografia, através de outros meios, muitas vezes artísticos, que eram utilizados devido à limitação tecnológica. A grande mudança que ocorre é na realidade na forma de consumo destas imagens. A fotografia torna estas representações cada vez mais comuns e disponíveis para uma parcela da população que, com o passar dos anos, tornou-se maior e maior até os dias atuais onde seu acesso é quase que universal.

O consumo doméstico dessas imagens também passou a crescer apenas com o avanço da fotografia como meio de representação, sendo muito mais apreciada dentro de espaços privados. Por conta disso, a forma como estas eram apreciadas e interpretadas também passou a mudar, não mais sendo vistas como um elemento artístico isolado e distante em galerias, mas quase como um

²⁴ Tradução livre do original: “As representations of conquered regions they confirmed the viewer’s sense of his or her own power. Their realism and, especially for nineteenth-century viewers, their visual brilliance, their luxuriance, corresponded to the viewer’s wealth, derived in all probability from the same regions as depicted in the photography. And yet, as images of the ‘extra-ordinary’ world beyond the drawing room, as the products of others’ adventures, they were equally capable of confronting viewers with intensities lacking in their own lives and leaving them feeling diminished.”

objeto de uso pessoal o qual o espectador pode utilizar até mesmo como forma de inspiração para suas próprias conquistas.

A fotografia também, além de auxiliar neste imaginário do mundo como é hoje e impulsionar o desejo de deslocamento físico, também permite que a mente viaje de forma independente para outros momentos do passado, dessa vez não para explorar além daquele recorte, como mencionado anteriormente, mas para perceber como era a realidade daquele momento específico no espaço-tempo que jamais será retomado.

Ao analisar mais profundamente, esta reflexão pode chegar a pontos ainda mais distantes, quando uma imagem permite que, em uma mistura de busca por conhecimento histórico, curiosidade e devaneio, seja possível visitar momentos ainda anteriores ao do registro em questão.

As ruínas do Egito, neste contexto, são um dos maiores objetos de estudo que podem ser utilizados para esta análise, primeiramente pois estas tiveram importante presença nos primórdios da fotografia de viagem e estrelaram capturas feitas por diferentes fotógrafos desde o século XIX, como já citado anteriormente, mas também por sua complexidade histórica e distanciamento absoluto do que a realidade europeia estava habituada até então; distanciamento este tão marcante que o fascínio pela grandiosidade dos antigos monumentos egípcios está presente até os dias atuais.

O caráter exótico do país e suas ruínas também permite que os viajantes que até lá se deslocam separem a realidade atual do imaginário que buscam viver, imergindo em uma experiência de viagem não apenas física, mas também temporal e imaginária. O conhecimento existente sobre o passado dos locais, em contraste com o que restou até os dias atuais, permite que o visitante imagine estar no mundo anteriormente criado em sua mente, ignorando tudo o que acontece ao seu redor.

Mesmo no século XXI, é possível perceber da maior parte dos turistas no Egito esta desconexão com a realidade atual do país. O deslocamento ocorre, muitas vezes, para vivenciar uma experiência que beira a viagem no tempo com elementos que sobreviveram milhares de anos, ainda que na realidade já não sejam os mesmos que eram no passado. A expectativa criada não apenas influencia e direciona o olhar, como também molda a experiência do viajante.

Durante suas pesquisas, Osborne (2000) explora também a relação existente entre o turismo e o romantismo que, segundo o autor, tem influência na forma como a jornada do viajante ocorre até os dias atuais. O devaneio por si só pode ser encarado de forma mais filosófica para que seja percebida esta relação, uma vez que o imaginário romântico possui como característica este

distanciamento da mente a partir de estímulos específicos em direção a pensamentos englobados por fantasia e memórias. (p.26)

Outro ponto de relação citado é o sublime que, “com suas experiências de autodeslocamento, medo ou prazer extremos que chocam o indivíduo para fora de sua individualidade familiar, poderia, pensava-se, ser capaz de trazer autoconhecimento e aprimoramento, até mesmo autotransformação”²⁵. (Osborne, P. [2000], p.29) O sublime no romantismo caracteriza-se justamente por gerar estes sentimentos extremos, produzindo emoções tão fortes que beiram o limite do que a mente é capaz de sentir, trabalhando no contraste profundo entre o terror e o alívio. No turismo, por sua vez, a beleza estética extrema da fotografia pode gerar o efeito do sublime, da mesma forma como o encontro físico com um ambiente completamente único em autenticidade cultural ou paisagística poderia também gerá-lo para o viajante. “Tais encontros podem mergulhar o viajante na sublimidade da alteridade perigosa e sedutora”²⁶. (Osborne, P. [2000], p.29)

²⁵ Tradução livre do original: “(...) with its experiences of self-displacement, extreme fear or pleasure which shocked the individual out of his or her familiar selfhood, might, it was thought, be capable of bringing about self-knowledge and enhancement, even self-transformation”

²⁶ Tradução livre do original: “Such encounters might immerse the traveller in the sublimity of dangerous and seductive otherness”



Caspar David Friedrich. *Wanderer above the Sea of Fog (Der Wanderer über dem Nebelmeer)*.
(1818)

Retirado de:

https://www.artble.com/artists/caspar_david_friedrich/paintings/wanderer_above_the_sea_of_fog
Acedido em: Janeiro de 2022

A pintura de Friedrich é um grande exemplo que representa o sublime do romantismo e pode ser facilmente relacionada à fotografia turística dos dias atuais. A realização extrema pelo

alcance de uma posição certamente única, onde pode-se ver o horizonte de maneira única com vista ampla para esta nova e diferente realidade. A posição do andarilho demonstra a satisfação em alcançar o ápice de sua jornada.

Em essência, o desejo do viajante de encarar esta nova perspectiva não difere em nada do propósito do andarilho de Friedrich. O sublime romântico marca sua presença nas fotografias de viagem contemporânea de forma imperceptível, desde projetos realizados por profissionais até capturas de amadores. Mais uma vez, percebe-se também esta característica claramente presente em fotografias das ruínas egípcias e sua monumentalidade que impressiona o espectador.

A diferença entre a viagem turística e o deslocamento, conforme explicado anteriormente, resume-se no quão habitual é o processo. Para o turista, a busca pelo desconhecido é sua base, ainda que não exista um desconhecimento total. Ainda que soe motivador a ideia de eliminar o espaço existente entre sujeito e objeto ao visitar um local, a emoção buscada pelo viajante nunca existirá sem o distanciamento.

As qualidades existentes no exótico funcionam de forma completamente pessoal a quem o observa e deve ser mantida como uma memória distante e de difícil acesso. O turista busca imergir em uma realidade desconectada da sua que, portanto, só pode existir se for mantida desta forma.

Muitas vezes o local em questão se adapta tanto ao olhar e expectativa do visitante que perde sua originalidade para oferecer exatamente o que é esperado. A fotografia e demais mídias muitas vezes moldam a expectativa a um ponto onde a realidade passa a se desconectar do imaginário, criando uma sensação de desapontamento àqueles que até lá se deslocam.

“Viajar aqui é um ritual de autoafirmação em que o mundo em geral é apresentado como pouco mais do que a projeção da mentalidade do viajante, em que os padrões do viajante são os únicos árbitros da discriminação, em que o mundo fotografado é o único mundo pensado que vale a pena ver”²⁷ Osborne, P. (2000), p.17

Assim, muitos locais altamente turísticos passam a viver em uma bolha onde os próprios moradores locais transformam-se em turistas para viver uma realidade adaptada àqueles que os

²⁷ Tradução livre do original: “Travel here is a ritual of self-affirmation in which the world in general is presented as little more than the projection of the traveler’s mentality, in which the traveler’s standards are the only arbiters of discrimination, in which the world photographed is the only world thought worth seeing”

visitam. Trazer conforto ao turista pode muitas vezes apagar a essência de uma região sem que isto ao menos seja percebido pelos demais, uma vez que encontram justamente uma representação do que foi criado em seu imaginário anteriormente.

É importante considerar que a fotografia sempre expõe uma realidade recortada de um todo retirada de um determinado ponto no tempo e, portanto, já inexistente no momento em que se observa. O mundo está em constante mudança e aquela realidade nunca voltará a ser a mesma, seja devido a mudanças sutis como a posição nas nuvens, até mudanças mais acentuadas como por exemplo os saqueamentos e deterioração de ruínas que ocorreram em locais emblemáticos do Egito antigo e mudaram totalmente seu aspecto.

Nesse sentido, ainda que este não seja um fato usualmente percebido pelo viajante, a realidade se molda no desejo individual de capturar a sua própria realidade daquele local, não apenas em uma fotografia, mas na memória, assim também permitindo-se a explorar não apenas aquele recorte imaginado, mas tudo o que há ao redor, todos os detalhes que nunca poderão ser transmitidos através de uma imagem, todas as percepções que precisam ser sentidas e experienciadas.

O turismo pode ser considerado um ritual social e evento coletivo de caráter internacional, não apenas referindo-se ao deslocamento ao estrangeiro, mas à reunião de pessoas de diferentes localidades, culturas, idiomas e costumes em busca da mesma, ou ao menos semelhante, realização. As motivações variam para cada viajante, seja por questões pessoais, sociais ou mesmo culturais, porém, é necessário reparar na essência desta motivação que se assemelha em todos os turistas: a busca por uma vivência diferente da qual se está acostumado. Como enfatiza Osborne (2000), “existe um certo consenso cultural, pois os turistas se reúnem todos no mesmo local, num ponto turístico, presumivelmente pelos mesmos motivos”²⁸. (p.70)

Esta busca obviamente varia de intensidade e propósitos, bem como tem base diferente a depender do acervo de conhecimento de cada um e do quanto houve a atuação da influência midiática na decisão da viagem.

É interessante notar que, apesar de, como já dito anteriormente, o turismo possuir caráter de evento coletivo, onde diferentes grupos de diferentes nacionalidades reúnem-se em um mesmo local por motivos intrinsecamente semelhantes, estes muitas vezes não tornam-se um só, mas sim

²⁸ Tradução livre do original: “There is a certain cultural consensus, for the tourists have all congregated in the same place, at a tourist sight, presumably for the same reasons”

vivem em suas bolhas, apreciando um mesmo ponto de diferentes perspectivas, tanto visuais como culturais. Osborne (2000) aborda esta questão ao dizer que estes grupos podem, muitas vezes, estar unidos apenas em um mal entendido compartilhado entre todos, uma vez que, apesar de todo o seu potencial de união, o turismo afirma fortemente a desunião da sociedade como um todo, mesmo no mundo globalizado atual. (p.71)

O autor ainda aborda a curiosa e conflituosa existência do espaço do turista como sendo público e global mas ao mesmo tempo privado, justamente por conta dessa desunião que ocorre na prática, onde todos encontram-se mas mantêm-se distantes em suas próprias realidades.

Tudo isso está diretamente relacionado ao turismo de massa, que começa a crescer no século XX e destaca-se por esse frenesi quase incontrolável onde um grande número de pessoas passa a viajar, muitas vezes em grupo para determinadas localidades, em geral com destinos e roteiros semelhantes entre si, dentre algumas possibilidades. Como já mencionado anteriormente, nos dias atuais existe também a realização de formas de turismo muito mais inclusivas que permite a união de pessoas, seja num contexto de imersão local, seja na troca com outros turistas que também buscam experiências compartilhadas.

Ainda assim, considerando a realidade do século XX, os turistas vivem esta dualidade onde existe a conexão com a cultura local e um mundo pertencente a todos; onde a fotografia retira o local em questão de sua posição de atrativo e o transforma em um mero plano de fundo para o turista em questão, que busca demonstrar sua jornada e congelar parte de sua memória através da foto. Quando os viajantes inserem-se na captura desta forma, esta já passa a ser interpretada de forma totalmente pessoal e não mais como uma representação do mundo como este se encontrava naquele determinado tempo e espaço.

Por um lado, apesar desta desconexão do ambiente de seu local de origem, os registros de viagem feitos por turistas que incluíam-se no processo acabam por contar uma história, a qual será compartilhada com uma rede de contatos junto a relatos e demais descritivos. O indivíduo não apenas registra aquele momento para si, mas também como prova de seu deslocamento, da experiência vivida que, muitas vezes, torna-se também símbolo de status.

“Como arranjos de pedras, monumentos, bandeiras, marcações em paredes ou árvores, viajar é um dos meios de deixar nossa presença nas indiferentes superfícies do mundo. A viagem é muitas vezes guiada por tais marcadores e frequentemente inclui a criação deles. A fotografia

também marca nossa presença em um lugar, ou melhor, faz o lugar marcar sua presença em nossas imagens. É uma das funções da fotografia de viagem”²⁹ Osborne, P. (2000), p.187

Neste contexto, um trabalho interessante de ser analisado é a série de fotografias de Martin Parr criado em 1996 que funciona de forma rebelde conspirando contra o caminho que a fotografia de turismo seguiu durante o século XX. Em suas fotografias, Parr representa cenas desconfortáveis tendo em mente o padrão dos registros turísticos da época. Como exemplo, a mistura de elementos turísticos e *souvenirs* de uma localidade inseridas em cenários aos quais estes não pertencem evidencia, justamente, esta desconexão com caráter e tendências extremamente superficiais que existe em parcela da atividade turística. Dentre as fotografias, algumas também capturam o ato de fotografar, novamente buscando causar estranheza ao espectador.

Esta série fotográfica foi intitulada de *Small World* e é um dos trabalhos mais populares e importantes dentre os photobooks de Parr, recebendo inclusive novos volumes nos anos subsequentes. O intuito foi trazer uma visão sarcástica e ácida da sua visão do turismo ao redor do mundo, com padrões de comportamento que transformam a atividade turística em um simulacro criado especialmente para atender aqueles que o visitam, muitas vezes não mais representando a história e cultura local.

Devido ao fato do turismo ser uma atividade fluida, o fotógrafo tem a oportunidade de sempre registrar novos momentos que contribuem para seu projeto como um todo. Suas fotografias transmitem mensagens que surgem no espaço entre a expectativa, a realidade e a artificialidade.

²⁹ Tradução livre do original: “Like arrangements of stones, monuments, flags, markings on walls or trees, travel is one of the means of leaving our presence in and on the indifferent surfaces of the world. Travel is often guided by such markers and frequently includes the making of them. Photography, too, marks our presence in a place, or rather, has the place mark its presence in our images. It is one of the functions of travel photography”



Martin Parr. *Acropolis, Athens, Greece*. (1991)

Retirado de: <https://www.atlasofplaces.com/photography/small-world/> Acedido em: Janeiro de 2022

Na fotografia acima, Parr não apenas cria uma diferente perspectiva que mostra a realidade por trás do que era visto nas fotos de viagem padrão da época, como também permite a reflexão sobre a união e desunião do turismo de massa conforme abordado anteriormente, uma vez que captura com perfeição grupos diferentes que visitam uma mesma localidade e distanciam-se completamente apesar de sua total semelhança.

Esta fotografia também mostra um pouco do processo em que imagens e objetos reais passam a fundir-se e nada é mais o que parece ser. O que seriam os atrativos turísticos sem a fotografia e sua promoção? A imagem transforma a realidade, a expectativa cria um novo contexto para determinado ambiente.

As capturas de Parr permitem que o espectador analise essas questões de forma mais imediata justamente por trazerem essa realidade de forma explícita, sem que seja preciso nenhum tipo de explicação para que se interprete a imagem e sua intenção.

Segundo Osborne (2000), o turista está em constante movimento sem nunca de fato chegar a algum lugar, sem nunca se conectar completamente. Cada visão é interrompida pelos significantes de outras visões. (p.72) Isso ocorre pois a expectativa é sobreposta ao real, os visitantes buscam recriar em suas próprias memórias as memórias de outras pessoas, vistas através de outra fotografia no passado.



Martin Parr. *Kleine Scheidegg, Switzerland*. (1994)

Retirado de: <https://www.atlasofplaces.com/photography/small-world/> Acedido em: Janeiro de 2022

A imagem acima, mais uma da mesma série fotográfica de Martin Parr, ilustra um pouco desta mistura entre imagem e real, quando esta começa a invadir o cenário em questão, quando o

turismo passa a moldar o cenário visando justamente suprir a expectativa criada pelo viajante de forma geral antes de lá chegar.

Estas não devem ser analisadas como algo exagerado ou criado para ser feio, pelo contrário. O exagero que pode ser sentido se dá na realidade pelo desconforto do espectador que está habituado a ver estas mesmas cenas de forma limpa, trabalhada e bonita, mas irreal. Parr trouxe à tona uma verdade ainda não tão explorada no século XX, quando iniciou o projeto.

A fotografia de turismo é, na verdade, mais similar a um processo de confirmação do que uma descoberta, funcionando da forma como é apenas por estar inserida no contexto da experiência turística como um todo, repleta de reafirmações e descobertas daquilo que já era conhecido.

“Desde seus primórdios o turismo foi identificado como a intensificação ou superestimação do poder da experiência visual e das imagens visuais para o prazer e o transporte. (...) No final do século XVIII, a experiência visual e as viagens para instrução e entretenimento tornaram-se intimamente, na verdade sistematicamente, associadas. Os usos primários da palavra turista de fato denotavam o viajante que buscava prazer em ver a paisagem 'pitoresca', e as primeiras práticas do turismo estavam preocupadas com a organização e padronização das atividades de tal viajante.”³⁰ Osborne, P. (2000), p.80

Portanto, o trabalho de Parr transmite, de forma visual, esta padronização de atividades do viajante que acaba se repetindo inúmeras vezes nos mais diversos locais. O fotógrafo deixa o espectador levemente desconfortável justamente por fotografar o que seriam os “bastidores” de cenas que são vendidas e partilhadas como ideais, como conquistas pessoais de exploração de um mundo sem falhas.

³⁰ Tradução livre do original: “From its beginnings tourism has been identified with the intensification or overestimation of the power of visual experience and visual images to pleasure and transport. (...) By the end of the eighteenth century visual experience and travelling for instruction and entertainment had become closely, indeed systematically, associated. Primary uses of the word tourist in fact denoted the traveller who sought pleasure in viewing ‘picturesque’ landscape, and tourism’s earliest practices were concerned with the organising and standardisation of such a traveller’s activities”



Martha Rosler. *Heathrow (Boy Sleepers)*. (1998)

Retirado de: <https://www.martharosler.net/in-the-place-of-the-public-carousel> Acedido em:
Março de 2022.

Outro trabalho que vale ser mencionado nesta investigação é a série fotográfica *In the Place of the Public: Airport Series*, de Martha Rosler, iniciada no ano de 1983 e continua até os dias atuais. Estas fotografias não foram criadas especialmente para demonstrar esta irrealidade e contraste da viagem turística como nos demais exemplos do trabalho de Parr, mas sim o de evidenciar o momento de trânsito que ocorre durante a viagem em locais neutros e ausência de elementos característicos regionais de forma majoritária: os aeroportos.

Estes locais retratados por Rosler acabam por transformar-se em espaços abstratos que não possuem características únicas mas funcionam como elementos de ligação entre diversos outros como pontes do sistema capitalista, não apenas permitindo o seu acesso a turistas, mas também a quem quer que precise deslocar-se por inúmeros motivos.

Outro ponto interessante a ser analisado a partir da série da fotografia acima é a maneira como o deslocamento da viagem muitas vezes ocorre de forma muito estática. Os aviões

comerciais atualmente são o meio de transporte mais utilizado para a realização de viagens turísticas e, apesar de sua grande velocidade capaz de cruzar o mundo em poucas horas, os passageiros em si muitas vezes encontram-se em um longo momento de pausa e ócio. A viagem em si é um contraste entre o rápido e o lento, entre a agitação e a imobilidade, a depender do ponto de vista pelo qual é analisada.

Ainda nos dias atuais percebe-se a grande necessidade dos próprios turistas de replicarem as imagens que viram anteriormente, assim que chegam ao destino e percebem que, ao invés de encontrar uma paisagem paradisíaca, encontram na verdade uma multidão de outros turistas de diversas partes do globo que tiveram a mesma ideia. E então inicia-se o processo de criar a imagem perfeita como a do cartão postal, esperando para que a circulação de pessoas diminua ou, atualmente, até mesmo editando a imagem.

Em cenários ainda mais extremos, já existe também locais tão procurados por influência fotográfica que os próprios turistas constroem entre si um tipo de evento organizado para que todos possam tirar suas próprias fotografias.



Martin Parr. *St Michael's Mount, Cornwall, England.* (2017)

Retirado de: <https://www.atlasofplaces.com/photography/small-world/> Acedido em: Janeiro de 2022

O intuito de toda essa reflexão não é desmotivar o verdadeiro intuito da viagem ou mesmo criticar as práticas de inúmeros viajantes durante seu processo, mas sim analisar a forma como este comportamento ocorre junto a seus motivadores. A prática por si só também não é o mais relevante no estudo da influência da fotografia, mas sim o quão difundido isto torna-se e como esta influência espalhou-se pelo mundo gerando o mesmo tipo de atitude em diferentes pessoas de diferentes culturas vivendo em lados opostos do globo.

Este contexto permite também que sejam criados locais voltados exclusivamente para funcionarem como atrativos turísticos, o que conseqüentemente possui relação direta com a fotografia. A arte, desde os seus primórdios, foi criada para ser vista e apreciada nos mais diferentes formatos, desde uma pequena escultura de argila até construções arquitetônicas monumentais. Portanto, com o aumento do fluxo turístico e criação destes novos atrativos, é de se esperar que tudo seja criado em função de ser também visto e apreciado.

“A fotografia nos dá razões, evidências, com as quais sonhar. Transporta-nos na fantasia mas para lugares que parecem existir”³¹
Osborne, P. (2000), p.89

A fantasia criada pela fotografia é justamente o que move o viajante. Não por um ideal fantástico de forma literal, mas pela idealização de um sonho onde a felicidade está presente em todas as suas formas, onde cada um terá seu encontro próprio com uma realidade alternativa e destacada daquela com a qual convive, como um modo de criar uma válvula de escape.

Osborne (2000) ressalta a forma como as fotografias de turismo evocam sempre para sentimentos alegres, felizes. A partir do momento em que a fotografia em cores tornou-se possível, o uso de tons mais saturados, claros e convidativos passou a ser predominante. Mesmo antes da tecnologia o permitir, existem exemplos de fotógrafos que trabalharam suas imagens posteriormente para adicionar cores e assim torná-las ainda mais atraentes, como foi o caso das

³¹ Tradução livre do original: “The photograph gives us reasons, evidence, with which to dream. It transports us in fantasy but to places that appear to exist”

fotografias de Felice Beato no Japão, já abordadas anteriormente. De acordo com o autor, a intensidade de cor e padrões são os elementos que criam a relação com a ideia de um destino fascinante, com aparência utópica que transforma-se no popular sublime. (p.89)

A diferença existente entre um atrativo turístico e a arte pode ser muito tênue. Em alguns casos, a arte transforma-se em atrativo; em outros, o atrativo transforma-se em arte. O último caso não necessariamente faz referência à arte conforme esta costuma ser abordada mas, ainda assim, a arte em si não possui definição específica além de ser resultado de uma expressão criativa voltada à estética. Nesse sentido, a construção de um grande jardim pode também ser considerada como produção artística, como exemplo.

Com o passar dos anos, cada vez mais passou-se a considerar arte apenas artigos que pudessem ser expostos em museus ou galerias, quando na realidade seu significado é muito mais amplo. Assim, inúmeros atrativos turísticos que surgem durante e após o século XX possuem este caráter de atrair através da estética, diferenciando-se dos atrativos existentes do “mundo antigo” que, muitas vezes, seduziam o viajante pela carga histórico-cultural do local.

Conforme a fotografia foi tornando-se componente cada vez mais presente na experiência de viagem, esta necessidade também passou a moldar a forma como estes atrativos se apresentam. Além do caráter estético, muitos locais surgem como atrativos apenas com a função de serem adequados para a fotografia. Este assunto será melhor abordado posteriormente ao tratar do advento do Instagram e seus impactos.

Osborne (2000) analisa a forma como o turista está sempre em busca de uma verdade que reafirme o mundo como local real e, portanto, existe tamanha expectativa gerada pela emoção de finalmente poder ver com os próprios olhos o que já foi visto através da imagem. Este sentimento, segundo o autor, beira a uma conexão de forma saudosa com um local ao qual o turista sente que já conhece. Todos os relatos descritivos nas mais diversas formas criam um imaginário tão detalhado e bem construído que torna este encontro ainda mais íntimo e impactante para quem o vive.

Coletar lembranças, souvenirs, cartões postais e quaisquer outras formas de recordação funcionam então de duas formas; seja para levar ao lar uma prova de sua estadia em locais distantes e assim reafirmar sua dominância e exploração global, ainda que de forma inconsciente; seja para manter a memória do local viva e partilhá-la com ainda mais pessoas que irão entrar no mesmo ciclo de almejar alcançar também essa verdade. “Como turistas, buscamos a autenticidade, um

objeto, uma verdade de alguma forma precedente a toda representação - e depois tiramos fotos, voltando ao reino da imagem”³². (Osborne, P. [2000], p.72)

Estas recordações irão não apenas impulsionar o próprio indivíduo em ir em direção a novas experiências como também, quando compartilhadas, irão influenciar outros neste caminho. O turista é sempre motivado por todas as leituras realizadas das mensagens transmitidas através diferentes tipos de imagens, textos e outros formatos, sendo seduzido por estas e, no futuro, compartilhando por si próprio novas mensagens para outros futuros turistas.

Ao voltar alguns anos no passado, outro trabalho com uma abordagem completamente diferente da de Parr mas também interessante para que seja possível entender a história da fotografia de turismo em sua totalidade, são as séries fotográficas de Thomas Struth.

Struth é um fotógrafo alemão que inicialmente era interessado na pintura e, por conta disso, no fim do século XX passou a utilizar-se da fotografia como forma de auxiliar em seus trabalhos artísticos. No entanto, seu envolvimento com a fotografia tornou-se maior e, no ano de 1976, para uma exposição estudantil, Struth decidiu selecionar algumas de suas capturas para exibição.

Já nesta exposição, foram selecionadas quarenta e nove fotografias de ruas de Düsseldorf expostas em formato de grade, todas estruturadas a partir de uma perspectiva central e sem foco em nenhuma figura específica, mas no contexto urbano como um todo.

³² Tradução livre do original: “As tourists, we seek authenticity, an object, a truth somehow precedent to all representation - and then take photographs, lapsing back into the realm of image”



Thomas Struth. *Düsselstrasse, Düsseldorf*. (1979)

Retirado de: <https://www.thomasstruth32.com/smallsize/photographs/duesseldorf/index.html>

Acedido em: Fevereiro de 2022.

Até o ano de 1979, data da fotografia exibida acima, Struth continuou a explorar as ruas de Düsseldorf seguindo o mesmo padrão de perspectiva. No entanto, neste período o fotógrafo passou também a explorar diversas outras cidades europeias pela primeira vez. Seu intuito neste momento era o de capturar cenas que pudessem identificar um local e expressar a natureza da cidade em questão, ainda que as imagens não fossem de locais significativos como aqueles que eram retratados em cartões postais, por exemplo.

Assim, o alemão visitou cidades como Munique, Paris, Bruxelas e Colônia, explorando os arredores para que pudesse finalmente encontrar um local que trouxesse esta representação de um ponto de vista mais local, de forma a sintetizar a vida na cidade e exibi-la para outros que vivem fora.

Dentre estes inúmeros trabalhos de representação de espaços e estruturas urbanas em diferentes lugares do mundo, surgiram duas séries fotográficas que possuem grande pertinência,

sendo estas Unconscious Places 1 e Unconscious Places 2, que seguem esta lógica de retratar locais de diferentes cidades com ausência de presença humana, mas demonstrando sua natureza urbana. Em resumo, estas séries se referem a edifícios comuns e ruas desertas que, apesar de possuírem certa descaracterização identitária como parte emblemática de grandes cidades, como era esperado de fotografias turísticas, ainda são imbuídas de significado pelo espectador.



Thomas Struth. *Rue aux Laines, Brussels*. (1980)

Retirado de:

https://www.thomasstruth32.com/smallsize/photographs/unconscious_places_1/index.html

Acedido em: Fevereiro de 2022.

Essas fotografias trazem uma nova perspectiva do que é a fotografia de viagem, uma vez que ela não foca exatamente na viagem turística e busca uma maior relação com o emocional local das cidades. A ausência de pessoas oferece uma vista crua da essência dos locais desejados para fotografar, que mesmo não sendo os mesmos escolhidos para promoção turística, ainda carregam elementos característicos que diferem umas cidades das outras.

Assim como as fotografias de Struth transmitem esta impessoalidade em cidades vazias e deslocadas de um contexto específico, existe um outro tipo de fotografia que também cresceu consideravelmente no século XX e acaba por oferecer também diferentes perspectivas de locais distantes, a fotografia jornalística.

Apesar desta não estar relacionada diretamente com a fotografia de turismo, acaba por também possuir papel fundamental na criação de uma imagem no imaginário da população como um todo, já que transmitem relatos e acontecimentos relevantes para a atualidade e história da humanidade. Estes relatos, por sua vez, impactam na concepção de uma expectativa para determinado local.

Boa parte dos pré-conceitos existentes de determinados locais surgem através da mídia, especialmente do jornalismo. É comum que pessoas criem uma concepção de que algumas regiões são “perigosas”, “calmas” ou “de boa gastronomia” a partir de notícias que recebem ao longo dos anos e que criam uma ideia generalizada da região.

As séries fotojornalísticas de Roger Fenton já foram citadas anteriormente por sua grande relevância, mas o trabalho de Steve McCurry também deve ser levado em consideração quando este é o assunto, em especial pelos seus registros acontecerem nos mais diversos locais do mundo.

Steve McCurry nasceu no ano de 1950 na Philadelphia, Estados Unidos. Sua carreira fotográfica se iniciou com capturas feitas para um jornal americano, mas seu verdadeiro reconhecimento só aconteceu quando foi para terras distantes e se misturou entre nativos para entrar no Afeganistão a partir do Paquistão pouco antes da invasão soviética. Fotografias da invasão foram as primeiras de inúmeros outros conflitos que documentou posteriormente, transmitindo ao seu país de origem e ao mundo a verdadeira realidade que acontecia nestes locais. Sua cobertura fotojornalística passou pela Guerra Civil do Líbano; Guerra Civil Afegã; Guerra do Golfo; dentre outras.

Além de toda a importância que estas fotografias possuem para a conscientização do mundo e acesso à informação, McCurry também se permitiu retratar culturas tradicionais que não tinham tanta representatividade no século XX e cenas cotidianas dos mais variados povos. É mundialmente aclamado e já recebeu inúmeros prêmios, tendo sido o responsável por uma das fotografias mais conhecidas até os dias atuais, de nome *Afghan Girl*, retratada abaixo.



Steve McCurry. *Afghan Girl. Peshawar, Pakistan.* (1984)

Retirado de:

https://www.thomasstruth32.com/smallsize/photographs/unconscious_places_1/index.html

Acedido em: Março de 2022.

Esta fotografia, não é apenas famosa por sua qualidade técnica e detalhes, mas também por representar o “diferente”, tendo em vista a sociedade europeia onde foi o berço da fotografia e, portanto, era a mais representada no princípio. A foto foi capa da revista *National Geographic* no ano de 1984.

Com toda essa importância atribuída à fotografia de terras e povos distantes, percebe-se como não existe forma de fugir da fotografia de turismo, como Osborne (2000) afirma, mesmo aqueles turistas que buscam uma experiência “diferenciada” e se abstém do registro através da fotografia, irá, de certa forma, consumir produtos e experiências que, por sua vez, são fotográficas, já foram fotografadas ou sobrevivem em função das mesmas, uma vez que são criadas para serem vistas. (p.79) O autor também enfatiza que muitas fotografias são a mera reprodução de uma vista que só existe como consequência da fotografia, mais uma vez reforçando a ideia de ciclo onde um elemento acaba por ser o combustível para que o seguinte exista e vice versa.

O mundo do turismo é totalmente criado em prol da fotografia, tudo é feito de maneira a seduzir o viajante e gerar o desejo de viajar, o desejo de viver o que é ofertado. Um ambiente que não é bem fotografado, certamente não terá o mesmo valor turístico que inúmeros outros concorrentes e isso vale para tudo no que tange a experiência do viajante. A qualidade de um serviço ou produto é, muitas vezes, avaliada primeiramente através da imagem.

Essa afirmação não significa, no entanto, que este é o único fator a ser avaliado e que uma oferta sem imagens não possui a menor possibilidade de sucesso. Ainda assim, se não houver nenhum fator determinante que a coloque como destaque perante às demais, seu valor será certamente diminuído.

A avaliação que ocorre através da imagem também não deve ser apenas tida como superficial, mas é uma conjunção de inúmeros fatores, dentre eles os fatores comportamentais já estabelecidos culturalmente e enraizados como práticas comuns. Além disso, por tratar-se de uma realidade distante, que não pode ser sentida e tocada anteriormente, a dependência na fotografia torna-se cada vez mais presente.

Como já foi visto anteriormente, nem sempre houve um acesso tão fácil a imagens como nos dias atuais, porém a fotografia surge em um momento onde as viagens por lazer também começavam a sua expansão e, portanto, pode-se dizer que o crescimento de ambas ocorreu de forma paralela.

No século XX a imagem turística começou a ser difundida de forma muito ampla através de um dos produtos mais emblemáticos do cenário turístico: o cartão postal.

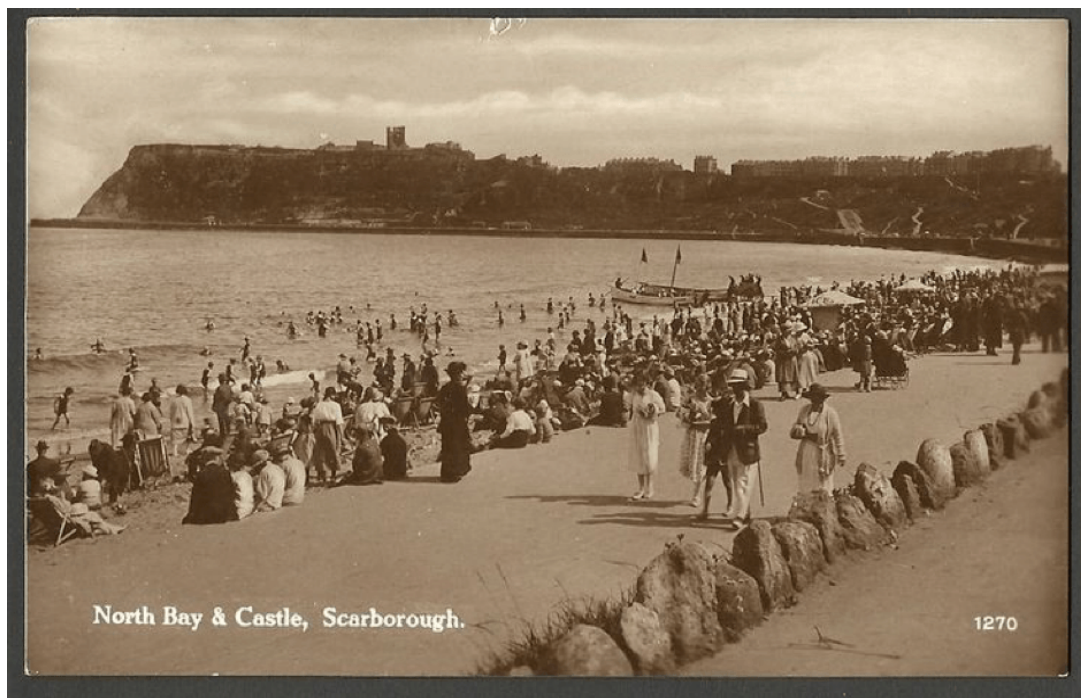
O cartão postal surge como a maneira mais simples e direta de compartilhamento de fotografias em uma época em que o compartilhamento digital ainda não era possível. Seu intuito era justamente o de enviar mensagens a pessoas próximas junto a uma fotografia do lugar em que

se encontrava para que essas pudessem também ver o que o viajante via e, de certa forma, compartilhar a experiência visual.

Os postais não apenas tinham o poder de divulgar atrativos e atrair novos turistas como também o de criar novos atrativos através da imagem e da expectativa gerada por elas. Em pouco tempo, inúmeras opções de diversos locais começaram a surgir para representar uma região, oferecendo também poder ao viajante de escolher aquela com a que mais se identificava e a qual deseja compartilhar.

A popularização do cartão postal de forma comercial acontece aproximadamente na década de 1870 na Europa, mas a partir seu uso era exclusivo para transmissão de mensagens e não para fins turísticos, sem uso de fotografia ou quaisquer outras características meramente comerciais. Até o início do século XX era uma das principais formas utilizadas entre as pessoas para manter contato e foi inclusive um importante meio de comunicação durante a Grande Guerra.

No entanto, em 1894, os primeiros postais ilustrados do Reino Unido foram criados a partir da aprovação da permissão para que editores privados os produzissem, o que antes não era possível. O primeiro cartão ilustrado britânico mostrava Scarborough.



Cartão postal vitoriano. *Scarborough*. (Ano desconhecido)

Retirado de: <https://scd-uk.com/news/scarborough-the-birthplace-of-the-postcard> Acedido em:

Fevereiro de 2022

No início do século XX os postais já tornaram-se muito populares pela Europa, não apenas para transmitir mensagens cotidianas ou de viagens, mas também como forma de celebração de datas comemorativas, com inúmeros designs surgindo de forma contínua, sobre os mais diversos temas.

Com o início da Grande Guerra, o número de postais enviados com temas festivos diminuiu e este passou a ter função semelhante à anterior, visando meramente transmitir mensagens, especialmente entre famílias que encontravam-se separadas naquele momento. Durante este período, os cartões postais com imagens e indicativos de um local específico também passaram a ser motivo de preocupação, visto que existia o medo de que esses pudessem ser interceptados por inimigos, revelando a localização de soldados. Portanto, neste período, os postais que retratavam diretamente certas localidades passaram a ser menos procurados ou alguns eram rasurados para evitar qualquer tipo de problema.

Ao mesmo tempo em que as imagens turísticas perdiam força durante a Guerra, imagens referentes aos exércitos passavam a ser cada vez mais comuns. Tudo isto só começou a mudar após o fim da Segunda Grande Guerra, na segunda metade do século XX. Após esse período, o uso de postais para mensagens simples, para compartilhar momentos de viagem e também como coleção passou a voltar a ser mais popular. No entanto, sua popularidade nunca voltou a ser a mesma que era no início do século, apesar de sua existência ser marcante até os dias atuais.

Apesar de, atualmente, os postais não funcionarem mais como uma opção de meio de comunicação propriamente dito, uma vez que o avanço tecnológico fez com que inúmeros outros meios permitissem uma comunicação muito mais fácil e rápida, estes ainda continuam a existir. A sua existência acontece, porém, partindo de um pressuposto um pouco diferente. Atualmente, os postais funcionam quase como souvenirs, como uma forma de enviar lembranças personalizadas com suas próprias palavras para outras pessoas.

“Se viajar é uma forma de apreciação aberta do mundo, as fotografias turísticas que as pessoas trazem desse mundo (cartões-postais, vistas múltiplas dobradas em sanfona) já são uma redução formal dele, um relato sequencial. Nas décadas de 1930 ou 1950, o turista que voltava

das férias geralmente fazia o relato de suas aventuras imaginárias em um mundo codificado, colando essas imagens em seu álbum de recortes de férias. (...) Tais álbuns não são apenas uma imagem formalizada da vida familiar; eles também são o relato subjetivo de uma unidade individual óbvia apenas aos olhos da pessoa que criou o álbum.”³³ Frizot, M. (1994), p.753

As imagens representadas nos postais, obviamente, não irão traduzir o olhar específico do viajante para que este compartilhe sua própria história, mas seu verso oferece a possibilidade de adicionar notas pessoais que tornaram aquele objeto único. Dessa maneira, este se tornou um símbolo da viagem turística que venceu a evolução tecnológica em seu formato original, apenas carregando um diferente propósito. Mesmo com o surgimento de uma infinidade de souvenirs para que lembranças sejam guardadas em forma de objeto, os postais continuam com forte presença e tradição na experiência turística.

Um dos motivos pelos quais isso ocorre é pela tendência do turista de seguir um padrão comportamental “tradicional” de forma instintiva, como refere Osborne (2000, p.92). Estes padrões existem e não significam exclusividade na forma como o turismo é realizado, uma vez que existem inúmeros tipos de turismo diferentes, porém referem-se a ações comuns realizadas por grandes grupos ao longo de anos e décadas. Ainda segundo o autor, o turista se comporta tanto como objeto quanto como sujeito em um contexto turístico, a depender do corte a ser analisado.

Ao olhar para o cenário como um todo em um atrativo turístico qualquer, as pessoas ali presentes funcionam como objetos que integram o ambiente e inclusive permitem que ele funcione da forma como o vemos. O turismo não funciona sem o turista, portanto este é um objeto primordial para seu funcionamento. Por outro lado, cada indivíduo almeja criar suas próprias histórias e interpretações, o que torna o turista sujeito ao passar a criar suas próprias imagens ou mesmo adicionar parte de sua história em forma escrita a um material tão comum como o cartão postal.

³³ Tradução livre do original: “While travel is a form of open appreciation of the world, tourist photographs which people bring back from that world (postcards, concertina-folded multiple views) are already a formal reduction of it, a sequential account. In the 1930s or 1950s, the tourist back from holiday usually ran through the account of their imaginary adventures in a codified world by sticking these images into their holiday scrapbook. (...) Such albums are not only a formalized image of family life; they are also the subjective account of an individual unity obvious only to the eyes of the person who has created the album.”

“Um guia turístico me disse uma vez que, em sua experiência, os turistas quase invariavelmente se sentem compelidos a fotografar a atração nos primeiros momentos de sua chegada, esperando, ele acreditava, conservá-la enquanto ainda mantém a carga de sua presença estranha, antes que sua admiração diante do que se torna familiar comece a desaparecer. (...) Tendo tirado as primeiras fotos. acrescenta meu guia turístico, a maioria irá então passar diretamente para as pequenas alegorias e ícones idealizadores na estante de cartões-postais.”³⁴
Osborne, P. (2000), p.118

O autor ainda segue afirmando que a fotografia neste caso funciona mais como forma de estabelecer uma conexão do turista com o local e menos como forma de registro. A expectativa de encontrar um local que havia sido idealizado, seja através de outras fotografias ou não, faz com que o primeiro impulso do viajante seja registrá-lo, mesmo que posteriormente este registro acabe sendo esquecido. A fotografia acaba por ser um instrumento que o liga àquele determinado momento, na maioria das vezes feita sem planejamento ou busca por capturar um determinado olhar específico, mas mantendo-se como uma prova e recordação de um momento no qual houve um primeiro contato com o que é “estranho”, fora do usual ou admirável de alguma forma.

O turismo não se foca exatamente em vivências específicas, não se foca em uma fotografia, uma conversa, uma refeição ou um espetáculo. No geral, o turismo se concretiza a partir de uma união de todos estes fatores que formam a experiência completa, o que faz com que a fotografia, muitas vezes, seja parte primordial deste conjunto e gera a expectativa de que exista para que o todo seja completo.

O que acontece atualmente é que o registro através da fotografia já tornou-se tão essencial que muitos acabam por olhar puramente através das telas e não mais com o próprio olhar. Apesar de toda a distância percorrida, o olhar através da tela ainda é priorizado como mais relevante, por sua capacidade de imobilizar uma cena no tempo. Como no relato de Osborne, o viajante em maioria se conecta com o local de destino através da câmera antes de estabelecer sua própria conexão pessoal.

³⁴ Tradução literal do original: “A tour-guide once told me that in his experience tourists almost invariably feel compelled to photograph the attraction within the very first moments of their arrival before it, hoping, he believed, to fix it while it still retains the charge of its first uncanny presence, before their wonder in front of the prodigiously familiar begins to fade. (...) Having taken the first snaps. adds my tour-guide, most will then move directly to the little allegories and idealising icons in the postcard rack.”



Martin Parr. *Espanha, Barcelona. Park Güell.* (2012)

Retirado de: <https://www.martinparr.com/2012/too-much-photography/> Acedido em: Março de 2022

Mais uma vez, Martin Parr oferece uma fotografia que retrata bem a forma como essa urgência da fotografia acontece. O fotógrafo se interessa muito por estas peculiaridades do turismo, em especial do turismo de massa e captura olhares externos que traduzem a realidade caótica de muitos atrativos turísticos. A necessidade de registro acaba por sobrepor a vivência em um cenário distante.

Conforme pensamento evidenciado por Frizot (1994) e citado no fim do Capítulo 2, Parte 3 sobre fotografia, nesta pesquisa, em dado momento, as fotografias passam a ser cada vez mais “montadas” e criadas de forma pensada para que fosse guardada como um marco. Apesar deste não ter sido exatamente o foco do autor, este fenômeno também ocorre na fotografia de viagem.

Se voltarmos ao início do século XXI, alguns registros de uma série fotográfica de Thomas Struth nos mostra o comportamento do turista em museus e espaços públicos, com uma diferença clara se comparado com a fotografia acima de Parr, feita apenas 10 anos depois. Ambos os registros

funcionam de forma importante na comparação e análise da mudança de comportamento ao longo do tempo.



Thomas Struth. Pergamon Museum 1. (2001)

Retirado de: <https://www.monicadecardenas.com/thomas-struth-6/> Acedido em: Maio de 2022

Cada vez mais o acesso à fotografia expandiu-se e, após o advento das câmeras portáteis individuais, as pessoas passaram a ter este hábito mais e mais presente durante suas experiências turísticas. Com isso, a busca por capturas específicas passa a existir de dois diferentes modos: por um lado, pessoas que desejam reproduzir ou inspirar-se em imagens semelhantes e, portanto, vão a um determinado local em busca desta captura específica; por outro, pessoas que desejam ter sua estadia marcada por registros que explicitem a cultura local e sua inserção a essa, como uma memória de um momento mais imersivo ou que ao menos simule esta imersão.

A partir disso, começam a surgir inúmeros fotógrafos e empresas de turismo que buscam alcançar justamente estes clientes. Fotógrafos iniciam trabalhos externos ou estúdio que capturem

cenas representativas para a experiência do turista e agências visam justamente oferecer uma nova experiência imersiva onde muitas vezes o foco se dá apenas na imagem e não na imersão em si.

Como exemplo para estas práticas, é possível citar os inúmeros estúdios fotográficos existentes no Japão com foco exclusivo em transformar turistas através de vestimentas e adereços locais para serem fotografados e assim guardar a recordação de sua “imersão cultural”.

Este tipo de experiência evidencia claramente o conceito de simulacro trabalhado por Baudrillard e discutido anteriormente, ao desenvolver um ambiente de simulação de uma realidade diferente àquela a que o turista está habituado, porém, neste caso em específico, com o objetivo único de produção fotográfica.



Ensaio fotográfico temático feito para turista em Kyoto. (Ano desconhecido)

Retirado de: <http://anomadicexistence.com/geisha-transformation-kyoto/> Acedido em: Abril de 2022

Em momento nenhum deve-se avaliar determinada prática como correta ou incorreta. Existem diversos parâmetros a serem analisados caso seja desejado fazer uma análise mais profunda do que ocorre, como apropriação cultural e divergência de valores durante uma experiência turística. Nenhuma dessas questões será avaliada nesta pesquisa em questão, onde o

foco é justamente evidenciar a forma como a fotografia tornou-se importante na prática do turismo. Os turistas não mais querem apenas viver o local ou inserir-se em sua cultura, eles desejam ter para si recordações físicas que explicitem esta imersão, ainda que a imagem difira do que foi vivido na realidade, apenas uma simulação do que seria a cultura local, apenas uma amostra de realidade baseada em aparências.

Além de tudo o que já foi dito, também não é possível abordar a fotografia de viagem nos dias atuais sem levar em consideração o impacto que as redes sociais causaram no século XXI, que mudou completamente a forma como a sociedade se relaciona com a fotografia amadora de uma forma geral, o que também impacta na forma de trabalho de inúmeros fotógrafos, como nos exemplos acima.

No início do século XXI, a utilização de computadores e portáteis já começa a ser cada vez mais comum, bem como o acesso à internet passa a ser possível por mais e mais pessoas. Sendo assim, neste período já existem as primeiras redes sociais que permitem o compartilhamento de fotografias, como é o caso do MySpace, muito conhecido no exterior e iniciado em 2003. Em um primeiro momento, no entanto, tanto a limitação tecnológica das redes e computadores, quanto dos equipamentos fotográficos, impediam que a fotografia fosse tão popularizada quanto hoje.

A democratização da fotografia se inicia ainda no século XIX com a criação da Kodak, mas expande-se gradualmente até chegar no surgimento dos smartphones, que permitem total autonomia por parte de seu utilizador, com visualização digital instantânea e boa qualidade na maior parte dos equipamentos.

No ano de 2006, o Facebook que antes era restrito a estudantes de Harvard começa a expandir-se de forma massiva e logo começa a popularizar ainda mais o compartilhamento de fotografias, uma vez que neste período as câmeras digitais portáteis já eram uma realidade para muitos, bem como os primeiros telefones celulares com câmeras, ainda que com qualidade muito limitada.

Posteriormente, em 2010, surge o Instagram, que passa a incentivar que seus usuários compartilhem mais e mais de suas vidas pessoais na rede, com possibilidade de adição de filtros e uma interface simplificada de utilização, feita e pensada exclusivamente para smartphones neste primeiro momento.

É incorreto dizer que o Instagram foi a primeira rede social com foco principal em compartilhamento de fotografias, uma vez que outras já existiam antes do seu surgimento. Porém,

seu grande destaque se dá justamente por esta ter sido a primeira rede com este foco que se popularizou massivamente em escala global, com mais de 100 milhões de usuários ativos em apenas dois anos de seu lançamento.

Com isso, todo usuário da rede tem a sua própria oportunidade de compartilhar suas fotografias e alcançar um grande número de pessoas mesmo sem nenhum tipo de dedicação profissional à área. Este fenômeno permite que, cada vez mais, as vivências pessoais sejam compartilhadas entre amigos, familiares e conhecidos também através das redes. No lugar dos álbuns de viagens que eram mostrados a quem desejava em um momento oportuno, com inúmeras recordações impressas, álbuns digitais passam a ser publicados a qualquer momento, permitindo que a partilha ocorra quase que de modo imediato se este for o desejo do usuário.

Em um mundo onde a fotografia já crescia de forma constante entre amadores e entusiastas, as redes sociais auxiliam em um impulsionamento quase exponencial, com números de usuários inscritos crescendo constantemente a cada ano. Este é um pouco do contexto no qual surgem as fotografias de viagem “montadas”, como no exemplo do Japão; fotografias feitas a partir de edições computadorizadas para simular determinado ambiente; e até mesmo novos atrativos criados justamente de forma pensada para a fotografia.

Baloiços com vista a diversas paisagens começam a surgir ao redor do mundo visando oferecer a fotografia perfeita; paisagens que oferecem certa ilusão de óptica ao serem fotografadas passam a ser cada vez mais populares; painéis e pinturas urbanas são criados tendo em vista os visitantes que irão se inserir neste plano de fundo para uma fotografia; e até mesmo exposições são criadas com o intuito de fazer com que os visitantes sejam fotografados em meio ao cenário.

Dentre inúmeros exemplos de locais criados especialmente para a criação de fotografia para as redes sociais, pode-se citar o *Museum of Selfie*, localizado em Los Angeles, nos Estados Unidos. Este local teve sua inauguração no ano de 2018 e oferece aos visitantes justamente a possibilidade de realizar a “selfie perfeita”, com cenários divertidos e inusitados que irão ser o diferencial em uma foto a ser compartilhada nas redes sociais. O museu também conta com a exposição de uma timeline histórica da *selfie*, com seus precursores e popularização ao redor do mundo. Uma *selfie* pode ser descrita como um simples autorretrato, em sua maioria feitos com smartphones.

Este novo formato de autorretrato se popularizou com o avanço das câmeras em smartphones e também com o início das câmeras frontais, que possibilitam a visualização do

enquadramento em tempo real. Nas viagens turísticas, este passa então a possuir também papel essencial, uma vez que as pessoas são cada vez mais protagonistas das próprias fotografias e buscam estar inseridas em suas capturas.

Neste contexto, é interessante avaliar mais um trabalho de Martin Parr, desta vez a série intitulada de *Death by Selfie*, onde o fotógrafo expõe uma série de capturas, em sua grande maioria feitas na Índia justamente por este ser o país número um em mortes decorrentes da realização de *Selfies* em 2018.



Martin Parr. *Chowpatty Beach. Mumbai. India. (2018)*

Retirada de: <https://www.martinparr.com/2018/death-by-selfie/> Acedida em: Abril de 2022.

O questionamento que o fotógrafo levanta se dá justamente na análise da prática como algo tão obsessivo que muitos colocam suas vidas em risco em prol de uma bela fotografia, inclusive inúmeros locais já passaram a proibir esta prática como medida de segurança.

No entanto, além da segurança, é também interessante percebermos como o costume da *Selfie* e da fotografia turística de forma geral acaba por desviar o olhar do que se encontra ao redor. As telas dos smartphones passam a ser prioridade, a fotografia passa, muitas vezes, a ocupar o

primeiro lugar nos objetivos de viagem. A experiência ainda é valorizada, mas muitas vezes deixada de lado em prol de uma bela imagem. O compartilhamento e engajamento criado em redes sociais torna-se tão essencial no dia-a-dia das pessoas, que este se sobrepõe aos demais aspectos da vivência turística.

No fim do século XIX começam a surgir também os primeiros estudos sobre o impacto das gravações em vídeo em comparação à fotografia. Ambos são formatos que permitem o registro de um determinado local e momento, mas funcionam de forma diferente, além de serem transmitidos e interpretados também de forma diferente.

A fotografia está ancorada em uma única perspectiva, dentro de um recorte criado pelo fotógrafo para que este fosse especificamente repassado, permitindo a transmissão de uma mensagem que por vezes pode ser mais direta e objetiva, mas também pode oferecer mais espaço para interpretações, reflexões e mesmo suposições sobre o que se encontra ao redor, sobre o seu contexto e plano de fundo, sobre tudo o que está além do que é mostrado.

As gravações em vídeos, por sua vez, são em essência uma sequência de imagens, o que permite não apenas mostrar mais do que apenas um recorte de algo, mas um panorama geral de tudo o que ocorre ao redor, inclusive com a adição de capturas de áudio que tornam a captura ainda mais detalhada para o espectador.

Essa sequência de imagens dispostas em formato de vídeo, no entanto, apesar de serem capazes de oferecer maior riqueza de informações de uma forma geral, também tiram um pouco da participação do espectador no que diz respeito à idealização do que existe ao redor, de suposições que poderiam ser feitas sem nunca haver uma comprovação de fato.

Quando trata-se de viagens, essas características podem levar a dois caminhos distintos: para alguns, saber em detalhes como é cada local, com sons e explorações mais aprofundadas pode acabar diminuindo o desejo da viagem por esta não ter mais o caráter de “descoberta”, de único; para outros, pode ser um impulsionador para que o desejo se torne ainda mais forte, justamente pela idealização de como tudo o que é exposto em imagem pode ser sentido presencialmente.

Com o passar dos anos, a utilização de vídeos para registros e compartilhamento de viagens tornou-se tão usual que atualmente é possível encontrar experiências completas sobre praticamente qualquer destino através da internet, de forma inteiramente gratuita. A sociedade como um todo passou a acostumar-se com este novo formato ao longo dos anos e nos dias atuais já possui um maior controle sobre os momentos nos quais deseja ter acesso a estes ou não.

“Em comparação com o vídeo, enquanto os códigos da cultura e os traços do fenômeno real formam sua substância perceptiva e semiótica, a fotografia oferece simultaneamente seu significado desancorado, contingente, aberto a múltiplas, se não infinitas, interpretações e reflexões”³⁵ Osborne, P. (2000), p.77

Portanto, a partir desta afirmação de Osborne, entende-se a grande diferença entre a fotografia e o vídeo se colocados lado a lado neste contexto de produção amadora e compartilhamento em diferentes redes sociais. A fotografia muitas vezes instiga o espectador a querer saber mais e mantém a curiosidade mais presente, enquanto o vídeo é capaz de expor partes da localidade que não seriam possíveis de serem exibidas através de uma única fotografia.

O vídeo é capaz de ir além da limitação de área e movimento existente na fotografia e isto pode fazer com que a mídia também ganhe grande notoriedade para o viajante que busca saber sobre um determinado destino de forma mais detalhada e aprofundada. Ainda assim, a fotografia segue como o meio mais utilizado de registro de imagem durante uma experiência turística até os dias atuais.

Parte 2 - Análise de resultados de pesquisa

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi aplicado um questionário online durante o período de aproximadamente um mês, entre março e abril de 2022. Este questionário visa validar as informações coletadas e cruzar informações para que as conclusões do trabalho possam ser atribuídas de forma mais completa. O formulário obteve um total de 144 respostas durante o período em que esteve disponível, as quais podem ser consultadas no Anexo A adiante.

A partir das respostas coletadas, foi possível perceber uma forte relação entre a fotografia e a viagem de modo geral, com 98% de respostas positivas sobre o surgimento de interesse na realização de uma viagem após ver uma fotografia do local. Mais de 98% das pessoas também afirmaram ter o costume de fazer registros fotográficos durante uma viagem.

³⁵ Tradução livre do original: “In comparison with videotape, while the codes of culture and the traces of actual phenomenon form its perceptual and semiotic substance, the photograph simultaneously offer its meaning unanchored, contingent, open to multiple if not infinite interpretations and reflections.”

Ao mesmo tempo, 59,3% das pessoas viajariam a um determinado local sem nunca antes ter visto uma fotografia do mesmo, o que pode levantar um questionamento sobre o quão a fotografia já está presente no cotidiano de todos de forma intrínseca, onde as pessoas a aceitam como habitual mas muitas vezes gostariam de ter uma experiência menos dependente e mais exploratória, sem tanta pesquisa de caráter visual anterior ao momento de realização da viagem.

Outro fator que reforça esta ideia é o fato de que 45,7% das pessoas afirmaram que se sentiriam plenamente satisfeitos se por algum motivo não fosse possível manter registro fotográfico de uma viagem. Ainda que este número represente um valor inferior a metade das respostas obtidas, é um número significativo se for levado em consideração que 98% destas mesmas pessoas têm o hábito de fotografar enquanto turista.

Apesar de todos estes indicativos que levantam hipóteses sobre a possibilidade da fotografia estar presente de uma forma quase que inconsciente, mas sem uma verdadeira “dependência” de viajantes sobre ela, mais de 95% das pessoas indicaram as imagens e fotografias como muito importantes ou importantes durante a busca por maiores informações sobre um local. Dessa forma, é possível entender o interesse parcial das pessoas por uma experiência livre da fotografia como algo pontual, quase como um momento único no qual esta “nova” forma de viajar seria testada como algo exótico.

É interessante perceber o quanto o simples fato de remover a fotografia do planejamento turístico pode tornar a experiência “exótica” ao olhar de muitos. Sem imagens para se basear durante o planejamento e sem possibilidade de registros durante o mesmo, esta seria uma vivência completamente diferente do que é esperado nos dias atuais, quase como uma “viagem às cegas”.

A questão da relevância das redes sociais atualmente também pode ser confirmada a partir deste questionário, uma vez que mais de 80% das pessoas admitiram que fotografias compartilhadas em redes sociais de terceiros já geraram interesse na realização de uma viagem específica.

Portanto, de uma forma geral, é possível entender que a informação obtida através do formulário aplicado confirma o desenvolvimento teórico anterior sobre o tema, reforçando a argumentação da pesquisa e oferecendo uma visão mais prática da realidade e vivência pessoal da amostra, ainda que seja uma coleta sem números muito significativos.

CAPÍTULO 4

Conclusão

Durante todo o desenvolvimento do trabalho foi possível identificar fatores relevantes que permeiam toda a história da fotografia e da viagem de forma independente que acabam por unir-se e, assim, esclarecer a origem da união entre ambos.

É simples identificar, nos dias atuais, que a prática da fotografia, mesmo dentre amadores, está intrinsecamente presente na prática turística. No entanto, sem aprofundada pesquisa realizada a fim de atingir os objetivos destacados no início deste trabalho, não é possível verificar até que ponto esta ligação ocorre, nem é claro os motivos pelos quais existe.

O impulso pelo registro está presente no cotidiano do ser humano desde nossos primórdios, a partir do princípio da retenção de informação ao longo de gerações que acaba por nos mover adiante de forma inconsciente. Este instinto acaba então por influenciar na viagem turística, não de forma consciente nos dias atuais, mas de uma forma que veio se construindo ao longo dos séculos até resultar no que presenciamos hoje em dia.

Conforme o compilado de estudos de diversos autores indica, somados à análise pessoal, o olhar do turista não é formado de maneira independente pelo turista. O direcionamento deste olhar em um determinado destino é influenciado por uma infinidade de questões que o impactaram de forma direta ou indireta antes do período de realização da viagem, sendo possível que este também se altere no decorrer da mesma, de acordo com o ambiente, interações e condições do momento.

Estudos, livros, reportagens, histórias de terceiros, agências de viagens, filmes, redes sociais; todos estes são meios pelos quais a expectativa referente a um determinado local começa a ser criada, junto a um imaginário específico que permite ao viajante viver antecipadamente o que deseja-se experienciar em viagem através do devaneio. A fotografia, neste contexto, está inserida nestes meios como um dos mais fortes elementos nos dias atuais. Apesar de, no momento, o vídeo surgir como grande influenciador capaz de transmitir imagens em movimento, este ainda possui limitações de compartilhamento e necessita de uma maior dedicação do espectador para ser visto em totalidade, enquanto a fotografia permite a visualização de inúmeras imagens em um curto espaço de tempo o que permite uma rápida identificação por parte do usuário, mesmo que não ocorra uma grande atenção às mesmas, mantendo-se presentes no inconsciente.

Este inconsciente muitas vezes é o responsável por boa parte da construção de um imaginário que passa despercebido pelo viajante, sendo muitas vezes criado de modo coletivo. A

partir da informação e imagens que uma determinada parcela da população costuma receber sobre determinado local, uma imagem própria referente à expectativa pelo local vai se formando, o que cria a ideia existente de locais “românticos”, “divertidos”, “perigosos”, “relaxantes” etc. Esta ideia pré-concebida de inúmeros destinos pode variar a depender do grupo que é analisado, muitas vezes divergindo em diferentes culturas, justamente devido às informações divulgadas para esta amostra. Obviamente, este tipo de padrão pode não ser unânime mesmo dentro de uma pequena amostra, uma vez que esta construção ocorre de forma conjunta com uma bagagem de conhecimento individual anterior e pode também ser alterada devido a específicos agentes externos.

Além deste tipo de influência inconsciente, o imaginário também é construído de forma consciente pelo viajante, a partir do momento que este começa a buscar mais informações sobre um determinado local, seja através de imagens ou não. Independentemente desta pesquisa ocorrer devido ao planejamento de uma viagem ou por qualquer outro motivo, a iniciativa própria por mais dados que completem a ideia existente de como um determinado destino se apresenta e se comporta, visto como um todo, desde a arquitetura ao comportamento social local.

Neste contexto é onde se inserem as redes sociais, que atualmente podem ser consideradas como um dos principais meios de compartilhamento de fotografias e também um dos meios pelos quais mais pessoas são impactadas todos os dias. Além de todo o estudo realizado anteriormente, foi também possível confirmar esta afirmação através do questionário aplicado sobre o tema, com respostas significativas que confirmam as redes sociais como grande influência no planejamento de uma viagem turística e do surgimento de interesse pela viagem a um determinado destino.

Assim, entende-se que o processo de criação deste imaginário ocorre de forma complexa e não-linear, com influências diversas através de diferentes meios que moldam a forma de pensar do viajante mesmo antes deste conscientemente iniciar o processo de planejamento de uma viagem.

Conhecer a história da fotografia e da viagem é o que torna possível toda esta análise e também suas conclusões, com o cruzamento de informações ao fim de toda a pesquisa com uma pequena amostra resultante de um formulário aplicado durante aproximadamente um mês.

Durante uma viagem, a expectativa, a realidade e a artificialidade são três elementos independentes que acabam por encontrar-se em determinados momentos, mantendo-se presentes em qualquer que seja o tipo de turismo realizado, alguns com mais ou menos intensidade, variando em cada situação. A expectativa por um destino nunca antes visitado nunca irá corresponder de forma totalmente fiel ao que é encontrado na realidade, especialmente por esta realidade ser

subjetiva e estar sujeita a mudanças sazonais e até mesmo diferentes interpretações tendo como base a vivência passada de cada um. A artificialidade sempre estará presente, pois a viagem por si só já coloca o turista em uma posição destacada do que acontece ao redor, fora de sua zona de conforto e longe de casa. Quanto mais tentativas de tornar o turista confortável ocorrem, com a criação de ambientes feitos especialmente para tal, mais a artificialidade se torna presente naquela região.

Referências bibliográficas

Arthur, P. L., Van Nuenen, T. (2019). Travel in the Digital Age. in *The Cambridge History of Travel Writing* (pp. 504-518). Cambridge University Press. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/343336548_Travel_in_the_Digital_Age Acedido em: Novembro de 2020.

Baudrillard, J. (1991) *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água. Disponível em: https://monoskop.org/images/c/c4/Baudrillard_Jean_Simulacros_e_simulação_1991.pdf Acedido em: Outubro de 2021.

Campanella, T. J. (2000). Eden by Wire: Webcameras and the Telepresent Landscape. in Mirzoeff, Nicholas (2002) *The visual culture reader* (pp. 264-278). London; New York: Routledge.

Canclini, N. G. (1994). Remaking Passports: Visual Thought in the Debate on Multiculturalism. in Mirzoeff, Nicholas (2002) *The visual culture reader* (pp. 180-189). London; New York: Routledge.

Debord, G. (1994). The Society of Spectacle. in Mirzoeff, Nicholas (2002) *The visual culture reader* (pp. 142-144). London; New York: Routledge.

Falco, D. P. (2011). Narrativas Turísticas: imaginário e mídia na experiência urbana do turismo. *Revista Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, v. 3, n. 1. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/816> Acedido em: Outubro de 2020.

Foucault, M. (1986). Of Other Spaces. in Mirzoeff, Nicholas (2002) *The visual culture reader* (pp. 229-236). London; New York: Routledge.

Frizot, M. Rituals and Customs: Photographs as memories. in Frizot, Michel (1998 [1994]). *The New History of Photography*. Köln: Könemann.

Harrison, D., Sharpley, R. (2017). *Mass Tourism in a Small World*. Oxfordshire: Cabi.

healthcarefuture. (2009). Marshall McLuhan - *The World is a Global Village (CBC TV)* [YouTube Video]. In YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HeDnPP6ntic> Acedido em: Novembro de 2020.

Heilbrun, F. Around The World: Explorers, travelers, and tourists. in Frizot, Michel (1998 [1994]). *The New History of Photography*. Köln: Könemann.

Marien, M. W. (2006[2002]). *Photography: A Cultural History*. London: Laurence King Publishing Ltd.

Martins, L. S. (2011). *Os guias de viagem, a cartografia e os fundamentos de turismo*. Atas do IV Simpósio Luso-Brasileiro de Cartografia Histórica, FLUP, 9 a 12 de Novembro.

McLuhan, M. (2006[1967]). *The Medium is the Massage*. California: Gingko Press.

Ministério do Turismo Brasil (2010). *Turismo de Saúde: Orientações Básicas*. 1ª Edição. Brasília. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Saxde_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf Acedido em: Novembro de 2020.

Nakamura, L. (2000). 'Where do you want to go today?' Cybernetic Tourism, the Internet, and Transnationality. in Mirzoeff, Nicholas (2002) *The visual culture reader* (pp. 255-263). London; New York: Routledge.

Osborne, P. (2000). *Traveling Light: Photography, Travel and Visual Culture*. New York: Manchester University Press.

Otrin, B. (2017). Življenjepis popotnega fotografa Christiana Paierja (1839–1895). I Kronika ed. 65, art. 513 (pp. 5–26). Disponível em: <https://kronika.zzds.si/kronika/article/view/513> Acedido em: Novembro de 2021.

Panazzolo, F. *Turismo de Massa: Um Breve Resgate Histórico e a Sua Importância no Contexto Atual*. Arquivos UCS – Universidade de Caxias do Sul, 2005.

Souza, A. G. (1996). O Estrangeiro e a Cidade: o Rio de Janeiro e o Imaginário da Viagem. Projeto História: *Revista do Programa de Estudos Pós-graduados de História*, v. 13 (pp. 189-198). Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/11268> Acedido em: Outubro de 2020.

Starl, T. A New World of Pictures: The use and spread of the daguerreotype process. in Frizot, Michel (1998 [1994]). *The New History of Photography*. Köln: Könemann.

Svetlana, A. (1996). in *Visual Culture Questionnaire*. October, Vol. 77. (Summer, 1996), pp. 25-70. Massachusetts: The MIT Press. Disponível em: <https://annasuvorova.files.wordpress.com/2013/12/visual-culture-questionnaire.pdf> Acedido em: Junho de 2021.

Urry, J. (1990). *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. London: SAGE Publications Ltd.

. ANEXOS

Anexo A – Formulário Aplicado

Nota: Houve uma divergência nas respostas da primeira pergunta “Idade”, devido a um erro de digitação que foi alterado após o recebimento de alguns envios. A planilha extraída foi corrigida para análise dos dados.

A influência da fotografia na experiência turística

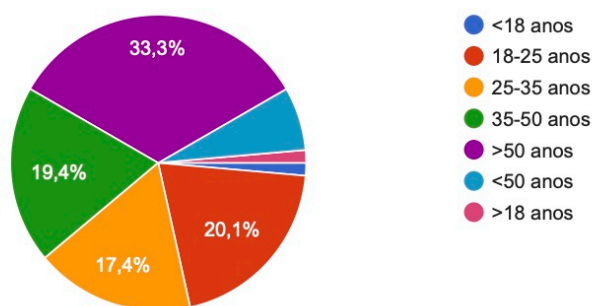
144 respostas

[Publicar análise](#)

Idade

144 respostas

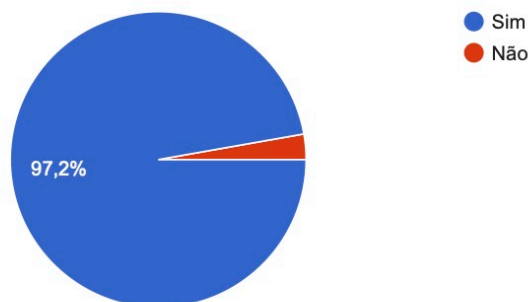
 Copiar



Já realizou alguma viagem no passado?

144 respostas

 Copiar

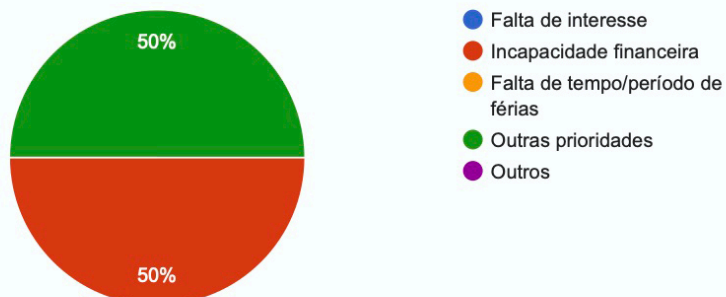


Interesse em viagens

Qual foi o principal motivo da não realização de nenhuma viagem no passado?

 Copiar

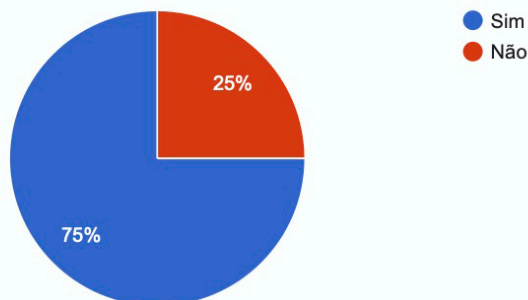
4 respostas



Possui interesse em realizar uma viagem no futuro?

 Copiar

4 respostas

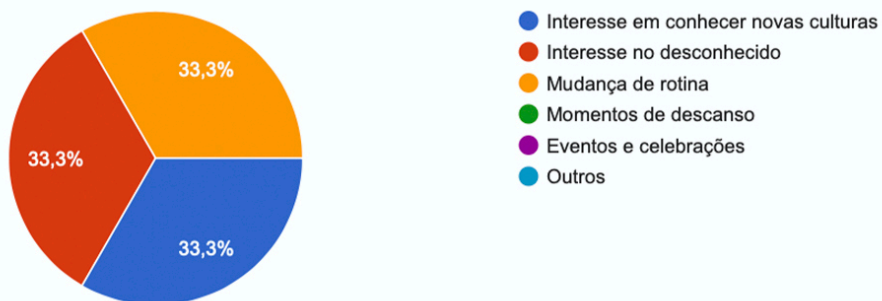


Futuro

O que o motiva a querer viajar?

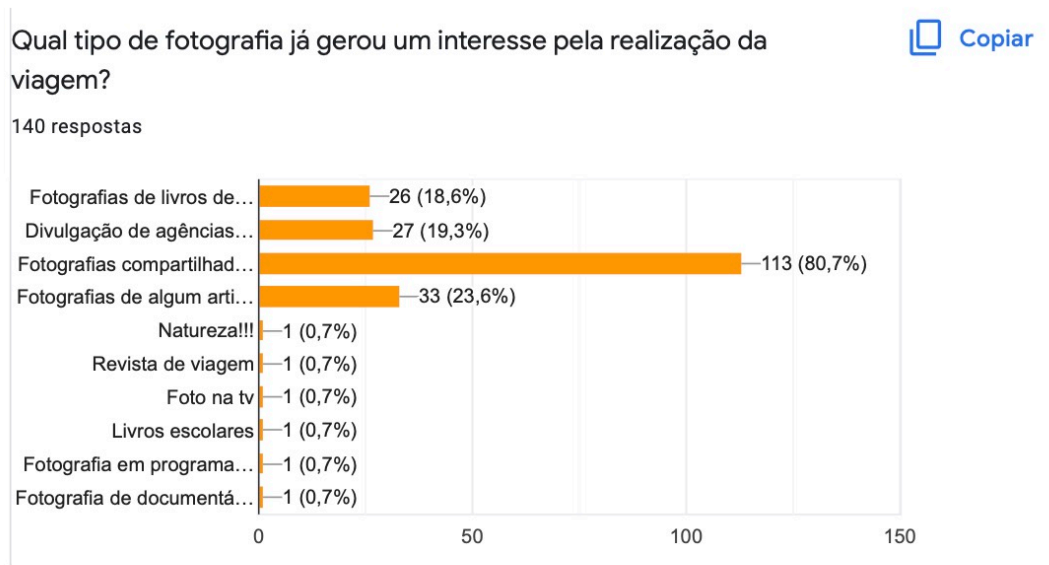
 Copiar

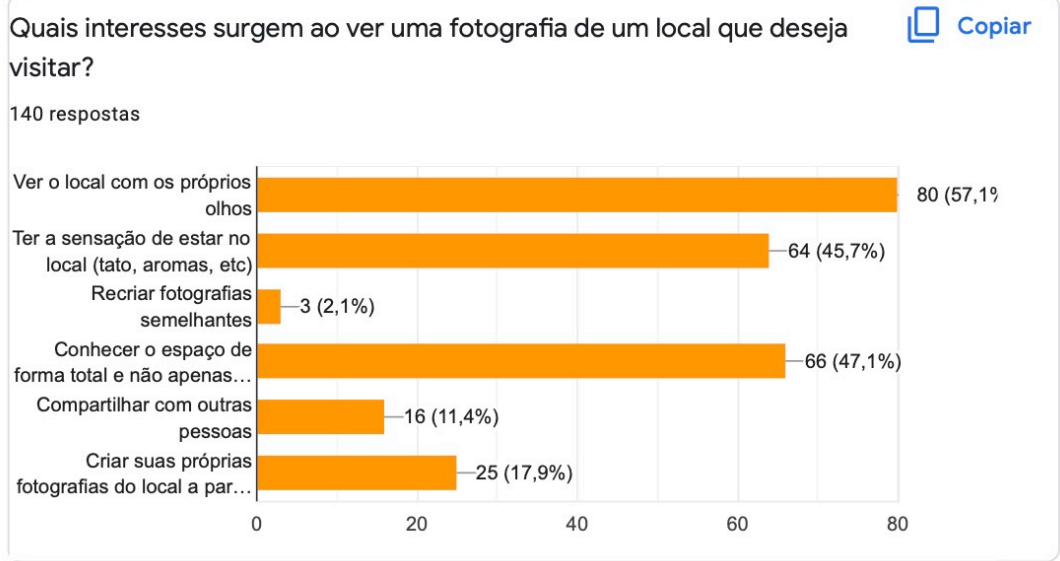
3 respostas





Influência da fotografia

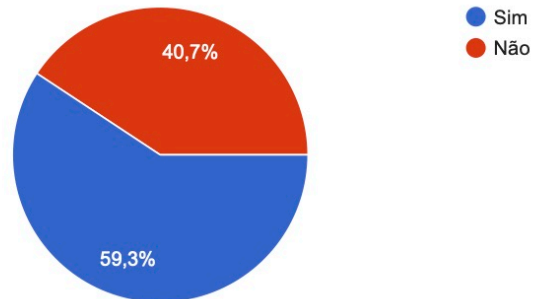




Visitaria um local sem nunca ter visto uma fotografia deste?

 Copiar

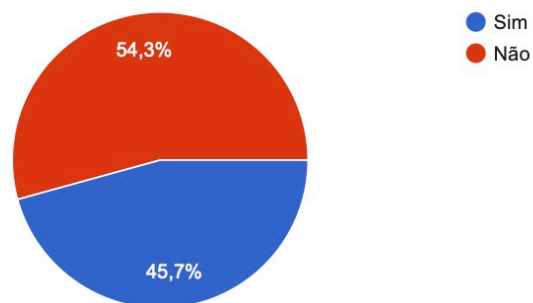
140 respostas



Se sentiria plenamente satisfeito com uma viagem se não fosse possível manter nenhum registro fotográfico da mesma?

 Copiar

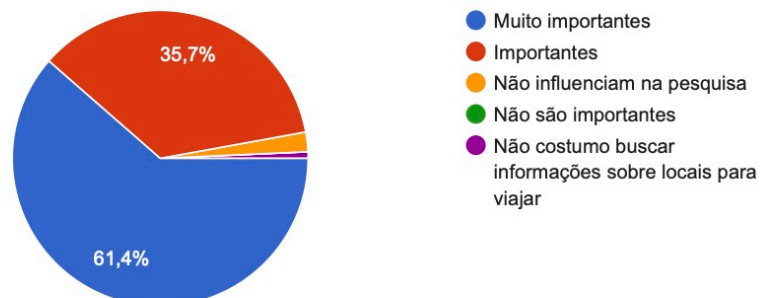
140 respostas



Ao buscar mais informações sobre um local que pretende visitar, considera as imagens importantes?

 Copiar

140 respostas

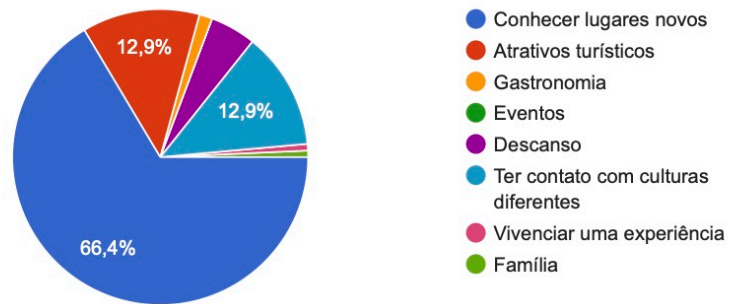


Comportamento em viagem

Qual é a sua maior motivação para realizar uma viagem?

 Copiar

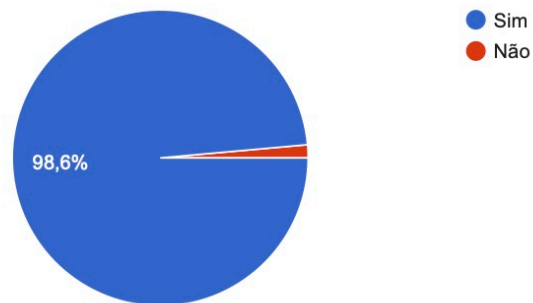
140 respostas

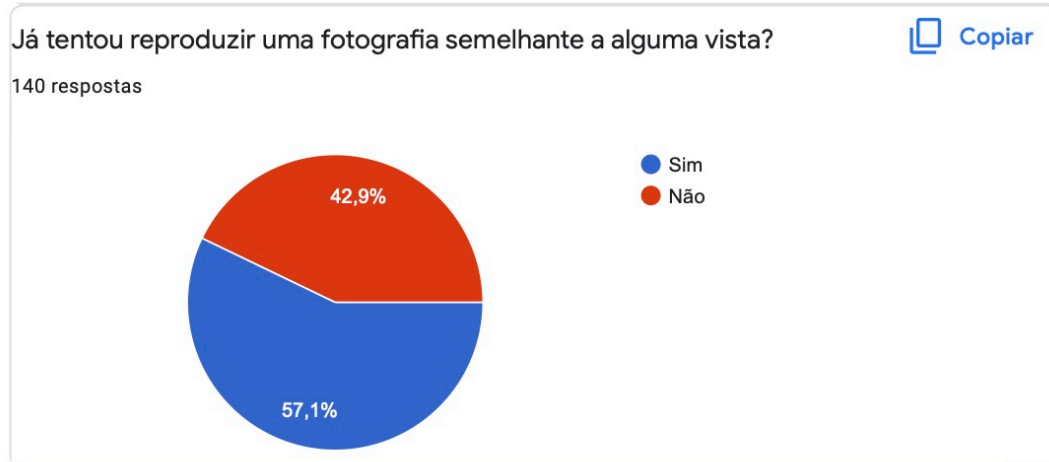
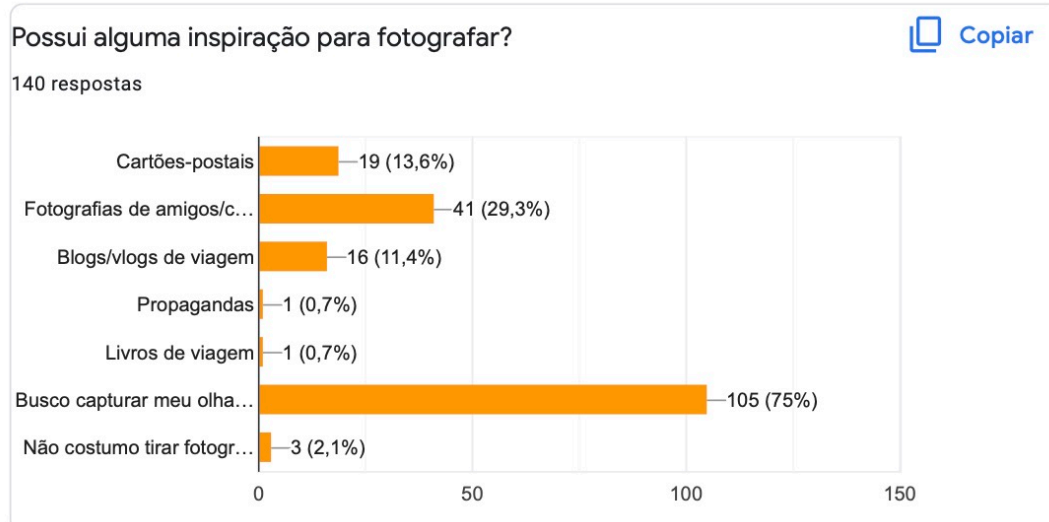


Costuma fazer registros fotográficos durante a viagem?

 Copiar

140 respostas





Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de](#)

[Privacidade](#)

Google Formulários

