

## RECENSÕES

**D’Eramo, Marco (2021), *The World in a Selfie: An Inquiry into the Tourist Age*. London: Verso Books, 282 pp. Tradução de Bethan Bowett-Jones e David Broder [ed. orig. 2017]\***

Originalmente publicado em 2017,<sup>1</sup> *The World in a Selfie* centra-se na “Era do Turismo” (p. 2), período socio-histórico que Marco D’Eramo – o autor do livro – afirma estender-se desde meados do século XIX até à contemporaneidade durante o qual o turismo se tornou numa poderosa indústria global que informa como experimentamos, transformamos e pensamos o nosso mundo. Com uma extensa carreira no campo jornalístico, D’Eramo é formado em física, frequentou o curso de sociologia da École Pratique des Hautes Études e publicou vários livros e artigos sobre temas como política, urbanismo e turismo, os quais perpassa em *The World in a Selfie* para nos dar o seu retrato do mundo enquanto espaço turístico em pleno contexto pandémico global.

“Turismo num tempo de cólera”,<sup>2</sup> o capítulo inaugural do livro, aborda como as adversidades comportadas pela pandemia de COVID-19 realçaram a importância do turismo enquanto fonte de receitas económicas e móbil de decisões políticas à escala global. No capítulo 2, “A revolução do lazer”, o autor evoca as raízes do turismo moderno, sugerindo que a sua massificação enquanto prática social advém da melhoria das condições materiais de

transporte e de comunicações, bem como da conquista dos direitos à reforma e a férias pagas, e recorda ainda a origem da distinção entre viajante e turista: “As fases do crescente desprezo do viajante em relação ao turista correspondem à disseminação da prática da viagem de lazer da aristocracia para a burguesia (século XIX), e depois da burguesia para o proletariado (século XX)” (p. 12). O capítulo 3, “O melhor esgoto do mundo”, relaciona a esterilização sensorial das atividades turísticas – que outrora se desenrolaram em lugares como morgues, zoológicos humanos e prisões funcionais – com a relevação da visão na experiência turística pela promoção de dinâmicas oculocêntricas de ocupação e uso territorial. Já em “O TripAdvisor de Mark Twain” (capítulo 4) é discutida a ação dos turistas na criação de marcadores simbólicos de atração turística pela circulação dos objetos que estes acumulam durante as suas viagens e pelo uso massificado da plataforma TripAdvisor. No capítulo 5, “Turismo à la carte”, D’Eramo discorre sobre a multiplicidade de formas que a atividade turística assume, as quais visam dar resposta às distintas necessidades de diversos segmentos de mercado. Em “Uma breve intrusão por

---

\* Este trabalho resulta de uma investigação orientada pela Doutora Lúcia Ferro (Departamento de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto) e coorientada pelo Doutor Frédéric Vidal (Universidade Autónoma de Lisboa), financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia através de uma Bolsa de Investigação para Doutoramento com a referência 2020.04757.BD.

<sup>1</sup> D’Eramo, Marco (2017), *Il selfie del mondo: Indagine sull’età del turismo*. Milano: Feltrinelli.

<sup>2</sup> Todas as traduções apresentadas são da responsabilidade do autor.

um amigo terrologista” (capítulo 6), sobre as origens do turismo balnear, o autor aponta que as mesmas se encontram na urbanização dos espaços do quotidiano aquando da Revolução Industrial, no contacto dos povos ocidentais com as regiões tropicais e os seus nativos – os quais viviam sem roupa durante os fluxos de colonização – e nos discursos médicos e naturalistas da época que valorizavam o contacto com a natureza e o mar. O capítulo 7, “A cidade do turista”, debruça-se sobre a turistificação das cidades segundo processos de fabricação de autenticidade, tradição e encenação e os riscos que estas assumem por via da monocultura do turismo, discussão que prossegue no capítulo seguinte, “Urbicídio da UNESCO”, que relaciona as atividades turísticas e os processos de patrimonialização dos espaços com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) enquanto instituição que lhes confere capital simbólico pela atribuição do selo de Património Mundial da Humanidade. Em “Lijiang: inventando autenticidade” (capítulo 9), o autor salienta como os processos de turistificação dessa cidade chinesa, nomeadamente a reconstrução do seu centro histórico, deram azo à própria UNESCO para questionar a sua autenticidade e, em “Reaprendendo com Las Vegas” (capítulo 10), refere que o enorme sucesso dessa cidade norte-americana como destino turístico se deve aos seus vários marcadores simbólicos e iconográficos – fabricados do zero – e que esta faculta provas de que o turismo se trata de uma indústria: “Las Vegas é para o turismo, portanto, aquilo que Detroit foi para a fabricação de carros. Ambas envolvem produção em massa e megainstalações (no caso de Detroit fábricas; no caso de Vegas hotéis e casinos), e compartilham os mesmos conflitos laborais (em Detroit envolveu

trabalhadores de colarinho azul; em Vegas é pessoal do setor dos serviços)” (p. 136). No capítulo 11, “O zoneamento da alma”, D’Eramo fala-nos do zoneamento turístico das cidades enquanto mecanismo de biopolítica que exerce poder sobre os corpos dos indivíduos, impondo-lhes padrões de sociabilidade e de apropriação espacial contrários à noção de urbanidade, e no capítulo 12, “Longa vida à alienação! Ou, descascando a cebola hegeliana”, denota que o turismo reproduz relações de produção e acumulação capitalista análogas às das demais dimensões do nosso dia a dia, e que a atividade turística configura um campo de disputa entre indivíduos com distintos capitais (económico, social e cultural), propondo por isso que a encaremos não como uma eterna busca por autenticidade mas sim como “uma boa alienação” (p. 175). Em “Anseio pelo outro” (capítulo 13), a relevância da ficção científica no imaginário coletivo das sociedades ocidentais durante a Guerra Fria é encadeada com os atuais desejos de compreender o Outro e o que em nós é alienígena, e em “O mundo à nossa disposição” (capítulo 14), o autor frisa a superficialidade das críticas ao turismo a partir da constatação da ausência de alternativas equiparáveis à atividade turística para a ocupação do tempo livre, cuja disseminação global levou à desdiferenciação dos padrões de sociabilidade entre convidados e anfitriões e das formas de olhar e imaginar o nosso mundo enquanto espaço turístico. Já no capítulo 15, “Os menus da vida”, debruça-se sobre como o turismo gastronómico alterou os nossos hábitos alimentares e a oferta culinária disponível no quotidiano, e ainda sobre a sua relação com o conceito sociológico de multiculturalismo. Em “Talvez um dia” (capítulo 16), D’Eramo sumariza e articula os vários tópicos abordados no livro e preconiza o esboroar da figura do turista – alguém

que viaja por lazer – perante o colapso dos tempos distintos de trabalho/tempo livre, e o impacto das atuais possibilidades de mobilidade e de comunicação interpessoal instantânea na maneira como nos relacionamos com os espaços e com quem os habita, introduzindo ainda nessa discussão a figura do migrante – alguém que viaja em busca de melhores condições de vida. Em “Uma despedida”, o capítulo final do livro, o autor faz um balanço das reflexões que teceu e das leituras que as sustentam, chegando à conclusão de que “por detrás da crítica ao turismo não havia nada exceto uma recusa em olhar para si mesmo no espelho e reconhecer que este turista é simplesmente a percepção peculiar do mundo da nossa sociedade” (p. 239). Livro inteligível e de acessível leitura, importa esclarecer que *The World in a Selfie* não é uma publicação científica: D’Eramo não operacionalizou os métodos das ciências sociais para recolher dados e a partir destes apurar reflexões e conclusões, tendo sim articulado uma extensa revisão

bibliográfica ao campo dos estudos de turismo com diversas observações empíricas resultantes de várias viagens que ele próprio fez. Assim, e considerando este livro partes iguais de estudo e de crónica pessoal, o retrato longitudinal situado no presente que este autor nos propõe enraíza-se numa preocupação sociológica de compreender o lugar do turismo no mundo enquanto fenómeno social e cultural omnipresente no nosso quotidiano. Além deste aspeto destaca-se um outro, mais relevante do ponto de vista metodológico: a reflexividade que caracteriza o seu autor enquanto agente de produção de conhecimento acerca do turismo que não se olvida que é, também ele próprio, turista. Em suma, *The World in a Selfie* afigura-se um marco teórico relevante e intelectualmente estimulante para quem estuda o turismo e para quem por este tópico nutre curiosidade.

*Eduardo Silva*

Revisto por Alina Timóteo

---

### **Eduardo Silva**

Doutorando no Instituto de Sociologia da Universidade do Porto,  
Faculdade de Letras da Universidade do Porto  
Via Panorâmica, s/n, 4150-564 Porto, Portugal  
Contacto: up201207527@edu.letras.up.pt  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0523-8718>

<https://doi.org/10.4000/rccs.14074>

