

Turismo literário e *Soft Power*: uma análise a partir dos romances de Jane Austen

Literary tourism and **Soft Power** an analysis from Jane Austen's novels

FERNANDA COUTINHO * [fernanda-nc@hotmail.com]

DIOMIRA FARIA ** [diomirac@ufmg.br]

Resumo | A literatura é uma forte expressão artística e cultural, capaz de proporcionar aos leitores a criação de imagens e imaginários a ponto de transformá-los em turistas. Considerando que o *Soft Power* consiste em uma forma sutil de poder, porém com grande alcance e capacidade de influência no que se refere a imagem de cidades e/ou nações, o objetivo do presente artigo é analisar a presença do *Soft Power* nas experiências advindas do Turismo e da Literatura. Sob essa perspectiva é realizado um estudo teórico, abrangendo autores nacionais e internacionais que contribuem para o tema, além de uma reflexão a partir das obras da autora Jane Austen e o *Soft Power* britânico. Esse estudo revela que o turismo literário pode ser um instrumento importante para o *Soft Power* de uma nação.

Palavras-chave | Turismo literário, *Soft Power*, imagem, imaginários, Jane Austen

Abstract | Literature as a strong artistic and cultural expression is capable of providing to readers images and imaginaries strong enough to make they become tourists. Considering that *Soft Power* consists of a subtle form of power with a greater influence on the image of cities and/or nations, the main objective of this article is to analyze the presence of *Soft Power* in experiences originated from Tourism and Literature. From this perspective, it will be conduct a theoretical study, covering national and international authors who contribute to the issue at hand, in addition to a connection between Jane Austen's works and British *Soft Power*. This study shows that Literary Tourism can be an important instrument to a nation's *Soft Power*.

Keywords | Literary Tourism, *Soft Power*, image, imaginary, Jane Austen

* **Turismóloga** graduada pela UFMG.

** **Doutora** em Economia pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e pela Universidade de Alicante, **Professora** Adjunta do Curso de Turismo da UFMG.

1. Introdução

No contexto do Turismo Literário, no qual a literatura atua como fonte de inspiração, curiosidade e desejo em conhecer novos lugares, a imaginação é um quesito importante. A criação de “imagens” em torno dos destinos é a principal fonte de motivação para o turista leitor (Vega, 2011, pag. 117), pois o turismo é constituído por produtos e serviços intangíveis e seu consumo assenta-se na percepção dos lugares e experiências almejadas.

Define-se *Soft Power* como uma forma sutil de poder e capacidade de influência no que se refere a imagem de cidades e nações (Ouriveis, 2013, pg.172). Em comum entre turismo literário e *Soft Power* tem-se o poder das imagens, da imaginação, e a capacidade de influenciar pessoas a se deslocarem de seu lugar de moradia para lugares descritos na literatura.

O presente texto pretende investigar a relação entre literatura, turismo e o *Soft Power*, mais especificamente, analisar como a literatura pode ser utilizada como instrumento do *Soft Power* de um país, recriando e reforçando imagens encontradas nas páginas de escritores conhecidos internacionalmente e incentivando milhares de turistas a visitar os lugares descritos nos romances e novelas, utilizando como referência a autora inglesa Jane Austen e suas obras literárias.

Para alcançar o objetivo proposto utilizou-se de uma revisão bibliográfica a partir dos conceitos de *Soft Power* e turismo literário. A partir destas noções, buscaram-se autores que relacionavam cultura e poder e suas complexas relações. Baseado nas informações encontradas, realizou-se uma reflexão e a construção de argumentos para revelar como a literatura pode ser utilizada como instrumento do *Soft Power* de uma nação, focando mais detidamente no turismo literário.

A relação proposta é relativamente nova no meio acadêmico e, desta forma, essa pesquisa surge com a intenção também de divulgar e reunir referências bibliográficas que contribuam para

futuros debates e pesquisas.

2. Uma abordagem sobre *Soft Power*

Primeiramente, é preciso compreender o que é poder e formas de adquiri-lo. Nye (2004), criador do conceito *Soft Power*, define:

O dicionário nos diz que o poder é a capacidade de fazer coisas. Em um nível mais geral, o poder significa a habilidade de conseguir resultados que queremos. O dicionário também nos diz que “poder” significa ter capacidade de afetar o comportamento do outro para fazer os resultados acontecerem. Então, mais especificamente, poder é a habilidade de influenciar o comportamento dos outros para conseguir os resultados que queremos. Mas há várias maneiras de afetar o comportamento dos outros. Você pode os coagir com ameaças, você pode os induzir com pagamentos ou você pode atraí-los e aliciá-los para querer o que você quer. (Nye, 2004, p. 1)

O século XX foi palco de grandes guerras e acontecimentos trágicos: duas Guerras Mundiais, holocausto nazista, bombas atômicas, Guerra Fria, entre outros. Resultando em significativa perda de vidas, crises e o desgaste geral da população por tanto sofrimento por suas nações. Na década de 1970, aparecem movimentos sociais em prol da paz, uma oposição à violência.

A necessidade de formas brandas de poder foi aflorada justamente para garantir interesses daqueles que desejavam manter-se no poder. No início da segunda década do século XXI os governos intensificaram ao máximo a aplicação de modelos de dominação e influência que aparentam ser menos

agressivos, porém, tão eficazes, amplos e devastadores quanto guerras declaradas (Ouriveis, 2013, 172). Por ser supostamente “ameno”, o *Soft Power* domina, conquista e influencia sem ser notado pelas massas, possuindo alcance silencioso e divulgação abrangente. Seu objetivo principal é moldar preferências dos outros (Nye, 2004). A diferença entre *Hard* e *Soft Power* é assim revelada:

O *Hard Power* tem suas raízes em forças militares e econômicas e é a maneira de execução de poder mais tradicional, que ameaça e induz o outro de forma direta. Opondo-se a este, o *Soft Power* ocorre de modo indireto. Seduz e atrai por meio da venda de valores do país, de ideologias, fazendo com que outros o admirem por seu estilo de vida, produtos e cultura, conquistando mentes. (Ouriveis, 2013, p. 172)

Essa característica do *Soft Power* é a maneira encontrada pelos governos de dominar sutilmente para que não haja resistência ou senso crítico por meio da população. O *Soft Power* atua como um jogo mental no qual o indivíduo encontra-se exposto, sendo alvo de mecanismos de controle e formação ligados a comunicação, mídia e cultura (Deleuze, 1990, citado por Ouriveis, 2013).

Portanto, considera-se que o termo *Soft Power* descreve o poder brando de influência em contraste com o poder de força bruta, como acontece em ações militares. Ele se refere à capacidade que um país tem de influenciar outros países no quesito comportamental ou moldando desejos, sem utilizar poder coercitivo ou seja, sem impor diretamente suas vontades (Nye, 2004, citado por Fan, 2008). Para Ouriveis (2013), o principal alvo do *Soft Power* seria:

O homem não-crítico, cansado de seu trabalho, em busca de diversão, na fuga da realidade é o alvo perfeito para

o poder brando. A sensibilidade está em perceber que ao afetar este indivíduo, um país estará afetando toda uma configuração internacional. Por isso é preciso atrair as pessoas, para garantir o sucesso de uma política externa adotada. (Ouriveis, 2013, p. 193)

Temendo essa falta de senso crítico, o autor e especialista em relações internacionais, Sarfati, preocupa-se com uma homogeneização mundial, na qual os indivíduos estão expostos a influências que intencionam garantir supremacia cultural e manter hegemonia e superioridade em relação a outras nações. Para Sarfati:

[...] um mundo ‘McDonald’s’ produzido pela universalização do inglês como a língua internacional de comunicação e pela expansão dos filmes, músicas, notícias e computadores como importantes disseminadores de valores homogêneos globais. É exatamente por conta dessa força homogeneizadora que há um movimento contrário, de paroquialismo cultural, na medida em que os movimentos locais buscam reagir e reafirmar as identidades tradicionais. (Sarfati, 2005, p. 322)

No mundo globalizado, conta-se a tecnologia torna-se aliada do *Soft Power*, pois é através dela que a cultura ganha acessibilidade imensurável. Nesse contexto, é preciso reconhecer a globalização como um fenômeno que abrange todos os aspectos das relações humanas, que inclui não apenas o lado econômico, mas também a cultura, meio ambiente, imprensa, educação, dentre outros (Sarfati, 2005). O Turismo, por propiciar uma relação material entre homem e lugar também se inclui nesse fenômeno possuindo papel importante para o *Soft Power* e seus agentes.

Verifica-se que se um país consegue atrair pessoas para investir tempo e capital financeiro em seus destinos de alguma maneira houve uma influência (tendenciosa ou não) para conquistar esse turista. Sendo assim, essa pesquisa propõe uma relação na qual a Literatura atua como *Soft Power* da imagem turística de destinos e nações.

3. Literatura e Turismo como instrumentos do *Soft Power*

O *Soft Power* possui intenção de dominar e influenciar, sutilmente, diversos segmentos de uma população, através da cultura, do patrimônio e tudo que conecta a imagem da nação de modo benéfico ou condiz com os interesses de seus agentes. Não apenas de influência é formado o poder brando, sendo que seu maior objetivo é moldar interesses, preferências, gostos e valores; assim propósitos são alcançados e a dominação ocorre quase que “invisível” por não utilizar da violência física. De acordo com Nye (2004):

Soft Power é uma amostra da política democrática diária. A habilidade de estabelecer preferências tende a ser associada a fatores intangíveis assim como personalidades atraentes, cultura, valores políticos e institucionais, políticas que são vistas como legítimas ou possuem autoridade moral. Seu líder representa valores que os outros querem seguir, custará menos para liderar. (Nye, 2004, p.6)

Percebe-se que a literatura enquanto expressão artística e cultural surge como instrumento utilizado na intenção de criar ou fortalecer um imaginário positivo sobre um destino, uma nação, um povo, um governo, uma cidade, entre tantas possibilidades. A literatura é capaz de criar e moldar lugares, despertar desejos, fazer acreditar e, jus-

tamente por isso, possui poder considerável. De acordo com Ouriveis (2013):

A política, a economia e a cultura estão intimamente ligadas, e são fatores determinantes para a vida social e pessoal dos indivíduos. Dentro de um sistema capitalista, em uma sociedade industrializada, o homem sofre influências desse determinado contexto e passa a ter características típicas de sua época, em relação a seus valores, necessidades e opiniões. (Ouriveis, 2013, p.184)

Logo, torna-se possível utilizar a literatura como instrumento para o *Soft Power*, devido ao seu caráter atemporal, registrador e seletivo no tocante às informações transmitidas. O Turismo Cultural e, portanto, o Turismo Literário, possuem como atrativos bens culturais e incluem-se como ferramenta para exercer o poder brando.

Obras literárias enquanto patrimônio de uma nação são capazes de atuar dando suporte para a criação e distribuição de imagens turísticas, pois fornecem uma cópia de pseudo passado modelado no presente. Considera-se como “pseudo passado” a imagem do passado romantizada, alterada e divulgada com base em algum propósito maior (Peralta, 2003).

Said (1995) demonstra que a apropriação da história, assim como a “historização” e “narrativização” do passado e da sociedade como um todo, apodera-se da literatura (incluindo os romances) e a utiliza para finalidades sociais, de controle, influência e dominação. Porém, nem toda história, nem todo livro, nem toda pessoa ou autor pode ser considerado capaz de servir como agente do *Soft Power*. O indivíduo capaz de influenciar e exercer esse meio de poder deve possuir certos atributos que possibilitem uma posição de destaque, comoção e atenção aos demais. Esses atributos estão relacionados a: *status*, autoridade, reputação, dinheiro, conhecimento e beleza (Davies, 1991, ci-

tado por Fan, 2008).

Simões (2008) não utiliza o termo “Soft Power” em suas obras, porém seu raciocínio leva a crer que é exatamente ele que está por trás das influências midiáticas em torno do Turismo, principalmente em âmbito internacional. Segundo a autora:

No âmbito internacional, a ação da mídia—fruto de definições político-sociais locais – sinalizará aspectos (diferenças) da cultura local para o possível viajante emotivam-no para o turismo, a ele que, eventualmente, também já teve contato com aquela cultura através da literatura. Assim, a atenção à maneira como os discursos políticos e a mensagem mediática e do marketing turístico veiculam os produtos culturais e as culturas locais, contribui para que a cultura se imponha em relação ao mercado. (Simões, 2008, p. 137)

Porém, é preciso perceber que a cultura se impõe enquanto poder brando, influenciador, fomentador de imagens e imaginários, fonte de expectativas que são alcançadas ou não através da experiência turística. Nações, regiões e cidades utilizam sua herança cultural (incluindo a literatura local) para aumentar sua atratividade turística. Logo, a cultura e, portanto, a literatura são instrumentos poderosos de *Soft Power*, que apesar de nem sempre serem aproveitados na intenção de moldar interesses não devem ser descartados ou desmerecidos.

4. Turismo Literário, *Soft Power* e Jane Austen: Relações Complexas

Jane Austen, autora britânica, foi selecionada como estudo de caso devido à sua fama internacional e sua legião de leitores de várias gera-

ções, interessados pela vida social inglesa do século XVIII. A romancista immortalizou vários lugares através de suas histórias, como Bath, Steventon (Hampshire), Chawton, Winchester e Londres. Esses lugares recebem turistas de todo o mundo que estão à procura de imersão no universo descrito em seus livros. O contexto político, econômico e social da época são transmitidos por seus romances de uma maneira discreta, porém são capazes de expor os bastidores do século XVIII tão bem quanto um livro de história.

Jane Austen nasceu na vila de Steventon, em dezembro de 1775, onde viveu até à morte de seu pai, um reverendo local. Em 1805, mudou-se para uma propriedade de seu irmão James, em Chawton, onde hoje há uma casa-museu em sua homenagem, contendo vários objetos pessoais da autora. A família Austen visitava a cidade de Bath regularmente, atraídos pelas funções medicinais de suas águas termais. Austen também viveu em Bath, passando por diferentes casas, uma delas sediando hoje o “Centro Cultural Jane Austen”. Durante sua maturidade, Austen adoeceu e mudou-se para Winchester em busca de tratamento, onde, em 1817, faleceu aos 41 anos (Barroso, 2014).

É importante compreender a importância do romance oitocentista e seu papel em refletir acontecimentos da época de uma maneira envolvente. Para Said (1995), o romance se destaca das demais formas literárias por ser uma “pintura da realidade”, de surgimento recente e ocorrência ocidental. O romance é capaz de perpassar normas de autoridade social e se relaciona diretamente ao imperialismo (e ao “poder brando” cultural) por sua capacidade em fortalecer o patrimônio de uma nação. De acordo com Said:

Na década de 1840, o romance inglês havia alcançado seu predomínio como forma estética por excelência e grande voz intelectual, por assim dizer, na sociedade inglesa. Na medida em que o romance ganhou um lugar tão im-

portante, por exemplo, na questão da “condição da Inglaterra” também podemos vê-lo como partícipe no império ultramarino inglês. [...] Jane Austen, George Eliot e Elizabeth Gaskell moldaram a ideia da Inglaterra de forma a lhe conferir identidade, presença e formas de expressão reutilizáveis. (Said, 1995, p. 110)

Através de uma análise crítica do conteúdo das obras de Austen é possível considerar seus romances como uma forma de *Soft Power* por ser influenciador, que serve de suporte para a exaltação da imagem e imaginários da vida no Reino Unido oitocentista. Os romances marcam o *status* da sociedade inglesa, as classes, as normas, e os papéis dedicados a cada sexo, além de serem formas de narrativas modeladas pela história real das nações.

Austen não difere de outros autores da época em sua lealdade ao Eurocentrismo (Fraiman, 2010). Em suas obras percebemos arrogância da aristocracia inglesa e uma posição aparentemente neutra em relação ao colonialismo. Porém, para Said (1995), Austen é uma autora muito menos tímida e neutra do que se imagina, e muito mais severa, principalmente em relação a seus valores morais (que se relacionam a uma sociedade patriarcal).

As obras de Austen exaltam a marinha britânica, oferecendo um imaginário de que os marinheiros são heróis, aventureiros, que ainda assim não possuem mérito devidamente reconhecido numa sociedade de classes tão demarcadas pelos sobrenomes e títulos aristocráticos. Suas obras também enaltecem a igreja e a moral cristã.

No livro *Cultura e Imperialismo* (1995), Said realiza uma análise do enredo e personagens de *Mansfield Park* (Jane Austen, 1814). Said destaca no romance o contexto do imperialismo, a conquista das Índias, as plantações e a escravidão no Caribe, a supremacia inglesa, as classes sociais da época e os conflitos entre as classes.

Apesar de suas obras retratarem o período oitocentista, percebe-se a atemporalidade até mesmo dos fatos históricos. O tema da escravidão no Caribe remete ao domínio eurocêntrico que ainda é perceptível nos dias de hoje, principalmente quando refletimos sobre o contraste entre nações industrializadas, desenvolvidas, consideradas como “primeiro mundo”, e as demais que são dependentes dessas potências mundiais.

As histórias não eram apenas formadas por paixões e intrigas. O contexto histórico de uma Inglaterra oitocentista marcou drasticamente suas obras. De acordo com Said:

[...] Austen estabelece uma sincronia entre a autoridade doméstica e a autoridade internacional, deixando claro que os valores associados com coisas superiores, tais como a ordenação sacerdotal, o direito e a propriedade devem ter raízes sólidas na posse e domínio efetivo do território. (Said, 1995, p. 128)

Austen tornou-se uma figura pública e icônica tanto na Inglaterra quanto no resto do mundo, e suas obras literárias servem como atrativo para a modalidade de Turismo Literário em diversos destinos ingleses. Com sua personalidade marcante, a autora transmite ideias e valores nas entrelinhas de seus romances, no caráter de seus personagens, principalmente seus personagens principais, cuja moral e bom senso são melhores que de qualquer outro, porém se no início parecem abafados devido à hierarquia de classes, por fim conseguem estabelecer e crescer diante dos infortúnios (Riegler, 2010). Além disso, tanto em suas histórias quanto ao longo de sua vida, Austen já demonstrava contato com o Turismo, e em sua bibliografia descobre-se que:

[...] visitava com sua família regularmente diferentes lugares no sul da Inglaterra, além de também ter mudado

de casa várias vezes durante o decorrer de sua vida. Portanto, Jane estava obviamente familiarizada com a convenção de viajar, e falava constantemente sobre viagens tanto em suas cartas pessoais quanto em suas obras literárias. (Riegler, 2010, p.11)

O contato com o passado e lugares imaginados atua como um apelo aos turistas leitores. Em se tratando de Austen, surge uma “geografia nostálgica de uma sociedade inglesa perdida” (Crang, 2003, p.1) com apelo específico em suas referências políticas.

Analisando os dados apresentados neste trabalho, argumenta-se que o Reino Unido utiliza a literatura enquanto instrumento do *Soft Power* para congelar no tempo uma imagem conservadora e romântica da Inglaterra, de modo a gerar mais interesse turístico. Nesse contexto de contrastes econômicos e sociais, o Turismo possui um papel importante e pode atuar como um “novo imperialismo” (Hughes, 2005), uma vez que:

Até meados do século XX, muitos países da Europa Ocidental tiveram colônias na África e na Ásia, que abasteciam com matérias primas e alimentos baratos. Considera-se esse tipo de relação exploradora, pois os países europeus ganham muito mais do que suas colônias. Hoje, a maioria desses países é independente, mas, em vários casos, acaba sendo tão dependente dos países da Europa Ocidental dos EUA quanto antes. Se tiverem um turismo forte, serão sempre dependentes do turismo do mundo industrializado. Com frequência, hotéis e outros serviços, como cassinos, linhas aéreas e operadoras de viagem, têm sedes nos países industrializados. (Hughes, 2005, p.47)

Heranças do imperialismo marcam a sociedade atual de diversas maneiras, incluindo no modo de

fazer Turismo. Nota-se então o poder de livros, filmes, seriados, músicas, entre outros em atrair turistas e enaltecer a cultura de um lugar. Nesse jogo de influências, os países de “primeiro mundo” lançam seus tentáculos aos demais. Os moradores de países que mais recebem os efeitos do *Soft Power* internacional anseiam vivenciar o estilo de vida que lhes é transmitido como melhor, considerando-o por muitas vezes como superior a realidade cultural/econômica/social de sua própria nação, cegando-se aos problemas dos países hegemônicos.

Através de seus estudos, Crang (2003) infere que os livros e patrimônios relacionados a Jane Austen são artefatos sociais e culturais que têm gênero específico, etnia e apelos de classe. Sugere ainda que as classes média e média alta sejam mais atraídas pelo Turismo Literário pelo fato do acesso e práticas de leitura. Austen possuiu um estilo de escrita denso, humor ácido e contexto oitocentista, logo, sua escrita não agrada a todos os gostos.

O antídoto ao *Soft Power* proveniente da literatura assenta na capacidade crítica dos leitores em perceberem o contexto histórico das obras. Entretanto, o modo pelo qual as pessoas, os leitores e fãs de Austen, se relacionam com suas obras é, além de subjetivo, amplo, uma vez que a autora aborda temas diversos em um só romance. Assim, reforça-se a necessidade de um olhar indagador ao ler obras e visitar lugares que se inserem em períodos tão sensíveis da política, formação social e econômica da Inglaterra.

[...] talvez possamos ver o apelo contínuo do seu trabalho através da forma como as pessoas se conectam com ele, e os relaciona a seus mundos pessoais. Da política à vida pessoal, Austen é um veículo através do qual as pessoas podem articular diferentes valores culturais. (Crang, 2003, p.21)

Para que sejam criados roteiros e itinerários turísticos literários, buscam-se evidências nas paisa-

gens, porém tais evidências geralmente são moldadas por elementos invisíveis, que só existem na mente do leitor (Crang, 2003) por serem subjetivos.

As paisagens evocadas pelos livros de Austen despertam o imaginário turístico do leitor. As paisagens remetem para a Inglaterra rural, através de suas famosas casas de campo. Tais casas de campo representam mais que mero adorno paisagístico, elas simbolizam a divisão das classes sociais rurais, seus donos, suas posses e, portanto, o poder que cada família possuía. Além disso, infere-se que as casas rurais apoiam uma “essência inglesa cuja identidade possui sentido estático, fechado no passado, tanto em termos de “geografia quanto de história” (Crang, 2003, p.6). Em um trecho retirado da obra *Mansfield Park*, a autora exalta a paisagem rural e ao fazê-lo convida indiretamente o leitor a vivenciar os mesmos sentimentos que seus personagens:

Isto é harmonia! Isto é paz! Isto é o que deixa para trás toda a pintura e toda a música; isto é o que só a poesia pode tentar descrever. Isto é o que pode afastar toda preocupação elevar o coração ao êxtase! Diante de uma noite como esta, parece impossível haver maldade e sofrimento no mundo; e certamente haveria menos maldade e sofrimento se prestássemos mais atenção na sublimidade da natureza, se saíssemos mais de nós mesmos, contemplando uma paisagem como esta. (Austen, 2014, p. 201, original de 1814)

Percebe-se então, que a paisagem transmitida pela literatura e conservada como patrimônio cultural, além de capaz de criar imagens e imaginários turísticos atua como uma possível ferramenta de *Soft Power* que reforça a identidade rural inglesa. De acordo com Crang (2003):

A política de uma celebração da estabilidade rural, assim, torna-se entrelaçada com a experiência moderna das obras de Jane Austen. Em termos temporais, o mundo da casa de campo forma um passado congelado, estagnado, ao invés de um processo histórico em curso. Este momento possui sua essência autenticamente e imutavelmente inglesa, retratando um período antes da queda que resultou em um mundo moderno da cultura de massa e regulação estatatal. (Crang, 2003, p.6)

É preciso considerar que as cidades sofrem mudanças e se recriam ao longo do tempo, logo surge a necessidade do olhar crítico do turista com relação aos produtos oferecidos e seus “graus de autenticidade” como citado por Quinteiro e Baleiro (2014). A veracidade e a credibilidade dependem diretamente do significado que o próprio turista literário atribui ao lugar, e não apenas das promessas e imagens geradas pelos interessados no processo turístico.

Para Crang (2003), o Departamento Turístico de Hampshire¹ utiliza Jane Austen como uma isca para atração de turistas. Esse departamento anuncia que o roteiro “*Exploring Hampshire*” é a melhor maneira de descobrir o espaço rural tradicional inglês, casas senhoriais românticas, cidades históricas, mercado local, aldeias pitorescas e litoral agradável. Essa descrição romantizada do local atua como uma base capaz de despertar o imaginário turístico, “empacotando” atrações em um só lugar (Crang, 2003).

No que se refere às obras de Jane Austen e suas variadas reproduções, através do cinema, traduções, festivais, museus, centros culturais etc., argumenta-se que a literatura é utilizada como um instrumento de *Soft Power*, incentivando o turismo literário, atraindo turistas e divulgando ima-

¹“Visit Hampshire”(http://www.visit-hampshire.co.uk/places-to-visit)

gens/valores ingleses.

5. Considerações Finais

O Turismo Literário é uma modalidade recente que tem como pressuposto a atração de turistas que buscam vivenciar sentimentos e emoções gerados por textos literários, extrapolar as limitações da imaginação e visitar fisicamente lugares e paisagens que inspiraram, atuaram como cenário, ou fizeram parte da vida de seus autores preferidos. Essa modalidade de Turismo Cultural é capaz de reforçar a identidade, assim como despertar e fortalecer o sentimento de pertencimento de um povo. Isso ocorre porque a literatura, enquanto obra de arte, atua como símbolo e imagem duradouros não apenas evidenciando lugares e paisagens, mas também registrando a história de uma determinada população. Neste sentido, pode ser utilizada na intenção de conquistar ou manter uma hegemonia cultural perante outras nações, culturas, povos. Nesse contexto, o *Soft Power* utiliza tanto literatura quanto turismo como instrumentos divulgadores e de grande alcance, na intenção de conquistar um público através de imagens que remetem a valores, a uma identidade cultural e buscam reforçá-las como hegemônicas.

Percebe-se que nem mesmo o ato de leitura é capaz de garantir o mérito de uma futura experiência autêntica e livre de influências com relação às práticas de Turismo Literário. Isso ocorre, pois, assim como existem diferentes tipos de turistas, existem também diferentes tipos de leitores. Há aqueles que encaram a leitura como mera distração e lazer, se deixando conquistar pelas primeiras impressões do texto literário, e há o leitor crítico, que interpreta o texto de maneira totalmente diferente do primeiro.

Tanto o turismo quanto a modalidade de turismo literário, e a própria literatura, são passíveis de manipulação pelos interessados na promoção

do *Soft Power*. Sendo assim, fica claro que nem sempre questões ligadas ao turismo são tratadas com transparência tanto para a comunidade local quanto para os turistas, sejam eles nacionais ou internacionais.

A literatura atua como um instrumento de *Soft Power* por meio do turismo literário, pois ela molda, mobiliza e desperta o desejo da viagem de forma hábil. No caso específico da autora Jane Austen, a hegemonia européia é perceptível através das histórias, das características dos personagens e das paisagens descritas. Isso contribui para que seja criado e divulgado sutilmente um imaginário que favorece aos costumes e cultura inglesa, divulgando sua hegemonia cultural frente a outros povos.

Por fim, o *Soft Power* de uma nação, a partir da exaltação de sua cultura expressa em diversas linguagens e divulgada a partir de inúmeras imagens, leva o indivíduo a “comprar” um produto turístico que lhe é proposto, sem que seu senso crítico perceba as intenções preestabelecidas.

Este trabalho constitui uma pesquisa inicial sobre um tema recente. O turismo literário envolve em seus bastidores elementos e relações complexas que precisam ser estudadas para uma melhor compreensão sobre o tema e suas complexas relações. O *Soft Power* refere-se a novas formas de poder na contemporaneidade, sendo pouco abordado em sua interdisciplinaridade. Apesar de ter surgido no âmbito das Relações Internacionais, se conecta diretamente ao turismo e à cultura como um meio de coerção. Logo, essa pesquisa intenciona instigar pesquisadores de diversas áreas a voltar o olhar para tal segmento turístico e as várias possibilidades de relações sociais, econômicas e culturais que o mesmo desperta.

Referências

Austen, J. (2014) *Mansfield Park*. Tradução de Hildegard Feist, Prefácio e Notas de Katheryn Sutherland, Introdução de Tony Tanner. 1ª Edição, São Paulo: Penguin

- Companhia das Letras. (obra original de 1814, Vol. I. London: Printed for T. Egerton, Military Library, Whitehall)
- Barroso, I. (2014). *Persuasão*. Tradução de Celina Portocarreto, Apresentação de Ivo Barroso. Porto Alegre: L&PM POCKET.
- Crang, M. (2003). Placing Jane Austen, Displacing England: Touring Between Book, History and Nation, in *Jane Austen and Co.: 'Remaking the Past in Contemporary Culture'*, pp. 111-132. Suny Press. New York. Retrieved May 05, 2016, from: <http://dro.dur.ac.uk/187/1/187.pdf>
- Fan, Y. (2008). Soft Power: Power of attraction or confusion? *Place Branding and Public Diplomacy Journal*. 4:2, 147-158, Brunel University, England.
- Fraiman, S. (2010). Jane Austen and Edward Said: Gender, Culture, and Imperialism. in *Chicago Journals*. The University of Chicago Press. Retrieved May 05, 2016, from: http://central.wmhsd.org/FACULTY_FILES/rkip/LINK_DOCS_2780/Jane%20Austen%20and%20Edward%20Said.pdf
- Hughes, H. (2005). *Artes, Entretenimento e Turismo*. Editora Roca LTDA, São Paulo.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs: New York. [Consult. 17 de junho, 2016] Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=F601WLQmOREC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>
- Ouriveis, M. (2013). Soft Power e indústria cultural: a política externa norte americana presente no cotidiano do individuo. *Revista Acadêmica de Relações Internacionais – Rari*. Edição n.4, vol.II. pp:168-196. [Consult. 03 de maio, 2016] Disponível em: <http://rari.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N%C2%B04-Vol.-II-Artigo-7.pdf>
- Peralta, E. (2003). O mar por tradição: o patrimônio e a construção das imagens do turismo. *Revista Horizontes Antropológicos*. Vol. 9.no.20. Porto Alegre. [Consult. 26 de abril, 2016] disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200005&script=sci_arttext#nota
- Quinteiro, S. & Baleiro, R. (2014). Dos Algarves: Uma personagem à procura da literatura: A ficção literária e a prática turística. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal* no. 24, Special Issue Languages, Literature and Tourism. ESGHT-University of the Algarve. [Consult. 04 de fevereiro, 2016] Disponível em: <http://www.dosalgarves.com/revistas/N24/2rev24.pdf>
- Riegler, M. (2010). *Jane Austen and Tourism: Following the Saint's Footsteps on the World Wide Web*. Tese publicada pela Universidade de Viena, Áustria. [Consult. 26 de maio, 2016] Disponível em: http://othes.univie.ac.at/9049/1/2010-03-16_0403335.pdf
- Said, E. W. (1995). *Cultura e Imperialismo*. São Paulo: Companhia das Letras. Tradução Denise Bottman.
- Sarfati, G. (2005). *Teorias de Relações Internacionais*. São Paulo: Editora Saraiva.
- Simões, M. L. N. (2008). Da Literatura ao Turismo – Considerações no âmbito da América Latina. *Revista Ipotesi*, Juiz de Fora, v. 12, n. 1, pág. 135 – 144, jan/jul 2008. [Consult. 09 de dez. 2016] Disponível em: http://www.uesc.br/icer/artigos/daliteraturaaoTurismo_ticasimoes.pdf
- Vega, L. S. Z. (2011). Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. *Revista Imagonautas*, v. 2, n. 1, pg 114-137, 2011. [Consult. 17 de fevereiro de 2016] Disponível em: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4781288.pdf