

Belleville Tour: um roteiro palimpséstico por Paris

*Humberto Fois-Braga**

Resumo:

O presente texto busca analisar como o filme francês “Belleville Tour” (2008) representa a operacionalização dos roteiros turísticos guiados pela capital francesa. Mesclando o centro parisiense (a cité histórica) com o bairro Belleville que fica à margem do imaginário turístico, o enredo do filme transforma Paris em uma “cidade palimpséstica”, cujas leituras e interpretações são intermediadas pelas óticas dos agentes envolvidos na operacionalização dos city-tours. Por outro lado, e a partir da alegoria do carro-funeral transformado em micro-ônibus, compreende-se como o filme posiciona imagetivamente os visitantes guiados. Assim, percebemos que “Belleville Tour” expõe em seus discursos as tensões entre o tradicional e o contemporâneo vivenciadas por Paris, com o multiculturalismo da capital francesa buscando brechas para se infiltrar no processo turístico local, ainda que sofra rejeição por parte dos turistas tradicionalistas que continuam se interessando somente pelo imaginário que “prende” a “Cidade Luz” em um século XIX.

Palavras-chave: Imaginário. Roteiros Turísticos. Paris. Belleville Tour.

BELLEVILLE TOUR: A PALIMPSEST - LIKE CIRCUIT THROUGH PARIS

Abstract:

The current study aims at analyze how the French film “Belleville Tour” (2008) represents the management of the tourism circuits taken through the French capital (Paris). Mixing the Parisian downtown (the historic “cité”) with the Belleville neighborhood which lies on the margin of the touristic imagery, the plot of the film transforms Paris into a “palimpsest - like city”, whose readings and interpretations are intermediated through the view of the agents involved in the management of the city-tours. On the other hand, through the allegory of the funeral-car transformed into a microbus, it is understood that the film positions the guided visitors in a suggestive imagery. Thus, it is perceived that “Belleville Tour” exposes in its speeches the tensions between the traditional and contemporary that are experienced in Paris, with its multiculturalism trying to find cracks in order to penetrate the local tourist process, even though it may be rejected by part of the traditionalist tourists who continue to be drawn exclusively to the imagery that “traps” the “City of Lights” in the 19th century.

Keywords: Imagery. Tourist Circuits. Paris. Belleville Tour.

BELLEVILLE TOUR: UN RECORRIDO (ITINERARIO) PALIMPSESTICO POR PARIS

Resumen:

El texto busca analizar como el filme francés “Belleville Tour” (2008) representa la operacionalización de los roeios turísticos guiados por la capital francesa. Mesclando el centro parisiense (a cité histórica) con el barrio Belleville que queda a la margen del imaginario turístico, el enredo de la película convierte Paris en una “ciudad palimpséstica”, cuyas lecturas y interpretaciones son intermediadas por las óticas de los agentes involucrados en la operacionalización de los cites-tours. A partir de la alegoria del carro-funeral transformado en micro-ómnibus, se comprende como una película posiciona imagetivamente los visitantes guiados. Luego, percibimos que “Belleville Tour” expone en sus discursos las tensiones entre lo tradicional e lo contemporaneo vivenciado por Paris, con el multiculturalismo de la capital francesa buscando espacios en el proceso turístico local. Aun que sufre rechazo de los turistas tradicionalistas que continuan interesandose solamente por lo imaginario que “prende” la “Ciudad Luz” en el siglo XIX.

Palavras-llave: Imaginario. Intinerarios Turísticos. Paris. Belleville Tour.

* Professor Assistente I no Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora. Possui graduação em Turismo e especialização em “Estudos Literários” pela UFJF, master II em “Industries du Tourisme” pela Université de Toulouse II (Le Mirail) e mestrado em “Comunicação e Sociedade” pela Faculdade de Comunicação da UFJF. E-mail: humfois@gmail.com.

Recentemente, o canal a cabo francês TV5 Monde transmitiu o filme (téléfilm) “Belleville Tour” (Direção de Zakia Bouchaala e Ahmed Bouchaala, produzido por France Télévisions, 2008). Resumidamente, a história é centrada no bairro Belleville, em Paris, e nos conta as peripécias de dois amigos que fundam uma agência turística receptiva que propõe roteiros guiados pelos principais atrativos da Cidade Luz.

Paul e Bachir são estes dois amigos, filhos do bairro Belleville, e que levam a vida realizando “pequenos bicos” e saltando de trabalho em trabalho. Ambos estão certos de que os roteiros lhes deixarão ricos, pois o que não falta são turistas estrangeiros querendo gastar dinheiro pela capital francesa. Para tal, contratam Capucine, uma jovem independente e cheia de atitudes, que, graças ao seu inglês fluente (ainda que com o clássico sotaque francês), se torna a guia responsável por narrar a cidade aos visitantes.

Com a ajuda dos moradores de Belleville, os dois amigos conseguem transformar um carro de funeral em micro-ônibus para turistas. Assim, a tinta negra do veículo é substituída por um amarelo e vermelho vivos, o interior espaçoso é ocupado por poltronas, o fêretro cede espaço aos turistas, e o traslado se torna traslado. Na verdade, esta transmutação do veículo esboça uma alegoria para o corpo, em que o turista (sentado, guiado e fechado) não está tão longe do defunto – ambos são passivos, parados e levados.

Estes adolescentes de 30 anos criam roteiros que privilegiam a “*cit *” (a zona histórica parisiense), mas não se esquecem do “*quartier*” Belleville, situado no 20e arrondissement e às margens dos circuitos turísticos tradicionais.

Além de permitir uma vista privilegiada e panorâmica de Paris, Belleville   um bairro cuja vida artística   intensa, e onde ocorrem aquelas misturas culturais devido   imigra o de judeus, mu lmanos, chineses. Aliás, “a ‘mestiagem’ foi justamente este elemento que cativou François Farguia, cenarista do téléfilm. ‘Eu vivi quarenta anos aqui. Dois terços da humanidade se encontram representados nestes dois hectares, eu sempre fui embalado por este multiculturalismo’” (20 MINUTES. FR....) [tradu o minha].

Como disse White (2001, p. 63), se Paris quiser continuar exercendo “sua fun o de farol da civiliza o”, ela deve olhar para seus banlieues (subúrbios), “abraçando a cultura híbrida e internacional que floresce dentro dos limites da capital”. O autor defende que a “* le de la cit *” está congelada e entregue aos turistas,

e a verdadeira vida acontece nas periferias, naqueles arrondissements e bairros mais afastados.

No téléfilm de Zakia e Ahmed Bouchaala,   no bairro de Belleville que os turistas guiados por Capucine almo am e compram *souvenirs* num mercado improvisado e cujos vendedores são os próprios moradores do bairro. Aqui, vale algumas observa es: inicialmente, o cardápio do restaurante eleito como ponto de parada oferecia pratos tipicamente franceses; já o mercado de *souvenirs* era um espaço em que os artistas do bairro expunham seus trabalhos cujas temáticas não eram propriamente o imaginário oficial parisiense (não nos esqueçamos que a região de Belleville vive um cotidiano   *l’ cart* do turismo que permeia as zonas centrais).

Depois dos primeiros grupos turísticos passarem pelo local, os amigos começam a observar que, apesar da empolga o afetada de Capucine (que tenta convencer e motivar os turistas a consumirem), os negócios não estão indo tão bem, o que lhes faz receber uma comissão pela indica o de venda (paga pelos comerciantes do bairro) menor do que a prevista.

Por isso, decidem alterar suas estratégias, o que passa então a dar resultados lucrativos: (1) os restaurantes devem servir pratos t picos, não mais franceses, mas dos países de origem dos visitantes (assim, o cardápio muda dependendo se o grupo for composto de poloneses, russos, etc.); (2) já os souvenirs (que remetiam a uma memória dos artistas e do bairro) deveriam ser substituídos por aqueles lugares comuns, que representam em quadros, esculturas, chaveiros, camisas, canecas e demais apetrechos os estereótipos da Cidade Luz.

O recado   fácil de ser entendido: a boa vontade dos sócios da empresa, que pretendiam transformar o seu bairro em um espaço turístico, valorizando o comércio e os artistas locais, não teve repercussão e nem contrapartida dos visitantes. Os turistas – naqueles estereótipos conhecidos e defendidos por diversos pesquisadores e repercutidos por vários alunos dos cursos de turismo – também são “lugares comuns”, pois preferem comer e beber aquilo que já conhecem e s  compram o que reforça o imaginário padrão que se tem do local visitado.

Outro ponto interessante do enredo são as cenas que nos mostram o “jeitinho franc s” de Paul, Bachir e Capucine para conseguir seus clientes. Frequentando as zonas turísticas parisienses (Museu do Louvre, Sacr  Coeur, Torre Eiffel...), estes amigos roubam os turistas alheios, desviando o fluxo e fazendo-os embarcar no micro-ônibus-turístico-ex-rabec o.

Uma vez dentro do veículo, Capucine começa as suas narrativas de guia, em uma velocidade de vídeo-clipe e que somente permite apontar rapidamente e à distância os atrativos. Por sua vez, aos turistas, resta-lhes virar a cabeça para a direita, para a esquerda e olhar para trás a fim de recuperar a vista dos pontos turísticos mencionados e que já se foram (passaram), bem como tirar fotos que mais expressam o movimento e a velocidade do carro do que o atrativo per se.

No entanto, embora haja o roteiro e o discurso programado, a guia bilíngue tem seus momentos de imprevisto: entre duas panes do antigo veículo adaptado, ela apimenta a história dos atrativos turísticos com episódios trágicos de sua vida sentimental - “ali foi onde briguei com meu ex-namorado”; “lá foi onde Cédric me fez ficar esperando, e não apareceu”, “acolá, Marcel terminou seu relacionamento de duas semanas comigo”...

E são exatamente nestes momentos de narração de sua vida sentimental que a guia consegue interagir com os turistas, comovendo-lhes com suas histórias. E, assim, eles saem de um estado letárgico (daqueles roteiros e discursos padrões) para se envolver com os espaços narrados de maneira personalizada por Capucine.

Tais cenas do filme nos fazem resgatar aquele ideário que vê o urbano como sendo um acúmulo de imaginários (GASTAL, 2006) e a cidade enquanto palimpsesto (GOMES, 2008): se a cidade é composta de camadas, existem diversas maneiras de narrá-las – e é aí que entram os roteiros turísticos e suas capacidades de suscitar e trazer novos olhares e discursos para o urbano. Podemos pensar em “roteiros turísticos palimpsésticos”, aqueles que não buscam somente a gênese dos atrativos narrados (datas, personagens ilustres, curiosidades estruturais...), mas que se concentram no próprio processo de cavar e recuperar as camadas de imaginários e histórias acumuladas pelos ambientes.

O que me faz lembrar do livro “Eles eram muitos cavalos” (RUFFATO, 2001), que nos narra um dia qualquer (comum, banal) em São Paulo. Em um enredo fragmentado, sem índice e sequência de leitura, o leitor se confronta com uma multiplicidade de vidas e situações que as 24h da capital paulista comportam. Tudo e todos contribuem para construir e acumular cotidianamente a urbanidade paulistana.

Em outras palavras e para nosso caso turístico, existem diversas histórias que perpassam um atrativo – que antes de tudo é um equipamento urbano e preso a uma malha de vida cotidiana. Preocupar-se somente com a História (una e sem concorrentes) é ser reducionista; e

por isto mesmo os guias, com seus discursos, deveriam fragmentar estas memórias, mostrando aos visitantes que estes atrativos não estão congelados no tempo e nem em sua época de construção/fundação; ao contrário, eles estão vivos e se traduzem no cotidiano e em narrativas plurais (múltiplas e contraditórias, dependendo de quem os vive e dos pontos de vista de quem os narra). Como diz a personagem do livro “Texaco” (CHAMOISEAU, 1992, p. 40): “não vou refazer a História para você, mas o preto velho da Doum revela, por baixo da História, histórias das quais nenhum livro fala, e que, para compreender-nos, são as mais essenciais” [tradução minha].

Acredito que faltam estas visões quando se estudam os roteiros turísticos, o que prende os guias, inevitavelmente, em lugares comuns. Assim como Capucine, os roteiros devem ser discursivos (ideológicos, claro!), pois o narrador está impregnado daquela malha urbana que se apresenta aos visitantes, e ele também tem suas histórias e memórias. Enfim, o guia tem que ser híbrido, não somente jornalista (com sua improvável narração dos fatos), mas também épico, romancista, poeta e contador de histórias. Em outras palavras, deve embaralhar o urbano...

O téléfilm Belleville Tour, ao circular pelas territorialidades da cité turística e do bairro de Belleville, coloca em confronto um paradoxo turístico: os visitantes que desejam consumir estereótipos, mas que, ao mesmo tempo, só se envolvem e se comovem com os discursos que desconstroem os atrativos símbolos do destino. É o confronto entre a letargia e a pulsão que traz novos movimentos à circularidade turística.

REFERÊNCIAS

20 MINUTES. FR. *Belleville fait son cinéma, devant et derrière la caméra*. Disponível em: <<http://www.20minutes.fr/article/138150/Paris-Belleville-fait-son-cinema-devant-et-derriere-la-camera.php>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

CHAMOISEAU, Patrick. *Texaco*. Paris: Gallimard, 1992.

GASTAL, Susana. *Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio*. Campinas, SP: Papirus, 2006.

GOMES, Renato Cordeiro. *Todas as cidades, a cidade: literatura e experiência urbana*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

RUFFATO, Luiz. *Eles eram muitos cavalos*. São Paulo: Boitempo, 2001.

WHITE, Edmund. *O Flâneur: um passeio pelos paradoxos de Paris*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

Enviado em 11/02/2011.

Recebido em 11/02/2011

Aprovado, em sua versão final, em 16/02/2011.

Texto convidado