

Turismo e balcanismo a partir do Drácula de Bram Stoker.

Ewerton Reubens Coelho-Costa

Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará, Brasil
Formador de Gestores das Políticas Públicas do Turismo, Ministério de Turismo, Brasil

Resumo

Drácula, o conde vampiro da Transilvânia é personagem que se tornou famoso desde a publicação de um romance homônimo escrito pelo irlandês Bram Stoker. A fama da personagem é tamanha que movimentou diversos setores do mercado, e o turismo é um deles. Assim, o objetivo desse artigo é apresentar o contexto histórico que levou a obra *Dracula*, de Bram Stoker, a movimentar a atividade turística na Romênia pós-socialista. Para isso utilizou-se de um estudo exploratório baseado em revisão de literatura e pesquisa documental. Dentre os achados da pesquisa pode-se concluir que, o vampiro criado por Bram Stoker e o mito de Drácula influenciaram diretamente na maneira de como o governo romeno passou a trabalhar o turismo, principalmente para demandas ocidentais; e evidencia o poder da imagem, ligações com a identidade local e o que o descontrole de veiculação de uma imagem absorvida pelo turismo pode gerar para uma sociedade.

Palavras-chave: Drácula, Turismo, Balcanismo.

Introdução

Acreditando que a literatura é território fértil, livre e cheio de possibilidades, recorreu-se a ela para dar início a este artigo. Mas este não é um texto sobre turismo literário. Apenas se foi buscar em um best-seller, que mistura romance e terror, o pano de fundo para tornar fantasia em realidade e entender o contexto da atividade turística que se originou no meio disso tudo.

Quem nunca ouviu falar no Conde Drácula, o vampiro Senhor da Transilvânia? O vilão sobrenatural que exala sedução e tornou-se muito popular no cinema, TV e nas revistas em quadrinhos. Pois bem, ele será a figura dramática que levou à origem deste escrito, que foi buscar inspiração na famosa persona criada em 1987 pelo irlandês Bram Stoker – que por sua vez inspirou seu personagem em um homem real: Vlad III (1431-1476), Príncipe da Valáquia, província da Romênia ao Norte do rio Danúbio, considerado herói em sua terra, onde é lembrado como um cavaleiro cristão que lutou contra o expansionismo islâmico e que ficou conhecido na história como Vlad III, ou Vlad *Tepes* (O Empalador), devido ao seu hábito de empalar os inimigos vencidos – e de lendas que

afirmam que O Empalador bebia o sangue dos inimigos mais poderosos para absorber sua vitalidade e força. Mas o que esses personagens têm a ver com o turismo? É justamente sobre isso o que este texto pretende explicar.

*Dracula*¹ é o título de um romance popular no mundo ocidental, sempre encontrado nas livrarias, e que foi traduzido para, pelo menos, uma dúzia de idiomas, tendo sua trama bastante explorada pelo cinema e televisão. Recentemente, alguns estudiosos e pesquisadores, de literatura e de áreas ligadas à cultura, que começam a levar a sério o texto de Bram Stoker para fins acadêmicos, consideram-no como tema de interesse para a *pop culture*, que levanta uma série de questões que merecem ser discutidas e entendidas pela sociedade.

Assim, tem-se como objetivo apresentar o contexto histórico que levou a obra *Dracula*, de Bram Stoker, a movimentar a atividade turística na Romênia pós-socialista. Trata-se de um estudo exploratório baseado em revisão de literatura e pesquisa documental. Como o vampiro literário, com raízes no Romantismo, um morto-vivo com aspectos extraídos do imaginário medieval do Leste Europeu, inspirado em Lord Byron: nobre, belo, misterioso e decaído, ele seduz e destrói as suas vítimas, consegue ser arsenal para se discutir contextos turísticos? A resposta para este questionamento será dada a seguir.

Balcenismo no texto de Bram Stoker.

Em 1897, o irlandês Bram Stoker publica o romance *Dracula*, e desde então transformou o protagonista no vampiro mais famoso do mundo. A narrativa, escrita de maneira epistolar, conta a história de um conde vampiro da Europa Oriental que tem a intenção de colonizar o Ocidente, começando com uma viagem para Grã-Bretanha. A ambientação da trama é a Inglaterra vitoriana, mas tudo começa e termina na região romena da Transilvânia, e é permeada por temas como folclore, imigração, sexualidade e o papel da mulher nos tempos vitorianos.

Sem conhecimento ou experiências sobre a Transilvânia, Bram Stoker se utilizou de relatos de viajantes para construir o texto (MILLER, 2000), e com isso conseguiu se aproximar daquela realidade. No entanto, o autor apresenta a Transilvânia como uma região remota e sinistra, onde o selvagem e o mal estão a um passo do sobrenatural.

Descobri que a região por ele mencionada fica perto das fronteiras de três Estados: Transilvânia, Moldávia e Bucovina, nos Montes Cárpatos, um dos lugares mais selvagens e menos conhecidos da Europa... Segundo li, existem ali as mais curiosas superstições do mundo. (STOKER, 2002, p.6-7)

Hoje é véspera do Dia de São Jorge. Não sabe que hoje, quando o relógio bater meia-noite, todos os espíritos malignos do mundo estarão soltos? (STOKER, 2002, p.11).

As citações são sentenças proferidas por Jonathan Harker, um dos personagens fundamentais do romance de Stoker, e sustentam as ideias de Shields (1991) quando este entende que ao escrever *Dracula*, Bram Stoker criou um "mito do lugar" e distanciou a

¹ O termo sem acento refere-se ao título original do romance de Bram Stoker. Enquanto o termo Drácula (com acento) refere-se ao nome do personagem ou ao título em português.

Transilvânia do Ocidente, colocando-a como um lugar pré-moderno, periférico e quase intocado pela racionalidade e pelo progresso ocidental. Esse entendimento vai de encontro ao que Todorova (1997) chama de Balcanismo [*Balkanism*] e Edward Said (1995) apresenta como Orientalismo, mas que na prática, e apreendendo contextos coloniais, se explica no fato de que o Ocidente cria mitos sobre outras pessoas e lugares e, faz construções que levam a identificá-los como ‘os outros’.

Assim, como argumenta Todorova (1997), o balcanismo, ou o orientalismo de Said (1995), é um discurso sobre a oposição entre Europa e um Oriente imaginário. Deste modo, a Transilvânia seria uma zona de transição entre Ocidente e Oriente – entendida como uma "ponte" ou "Cruzamento" entre mundos diferentes (TODOROVA, 1997, p.15), mesmo sendo uma região europeia, mas que não é "plenamente" assim na realidade (DITTMER, 2003). E que no pensamento ocidental representa o outro "dentro" (TODOROVA, 1997, p.188).

Dracula é uma obra de expressão do discurso balcanista que, para Arata (1990), apresenta: o progresso ocidental e a estagnação do Leste Europeu; a ciência ocidental e superstição oriental; a razão ocidental e emoção oriental; a civilização ocidental e barbárie oriental. Ao mesmo tempo em que a Transilvânia é evocada como "uma das partes mais selvagens e menos conhecidas da Europa" (STOKER, 2002, p. 7), não deixa de ser uma parte do Império Austro-Húngaro onde o alemão é falado – o próprio Conde Drácula é um aristocrata húngaro que fala alemão e inglês, fluentemente, e tem pouca dificuldade em passar despercebido na sociedade inglesa.

Assim, mais de um século depois de ter sido escrito, *Dracula* continua a estruturar as formas em que a Transilvânia é compreendida no imaginário popular ocidental. Por extensão, a Romênia tornou-se a "terra de Drácula" e o personagem vampiresco passou a desfrutar de imensa popularidade e, como constata Melton (1999), gerou uma extraordinária subcultura vampira desde a segunda metade do século XX: com mais de duzentos filmes que apresentam o Conde Drácula – sem contar as centenas de outras filmagens onde vampiros são o tema principal; mais de mil romances foram escritos sobre Drácula ou vampiros, juntamente com uma infinidade de desenhos animados, quadrinhos e programas de televisão sobre vampiros. No centro desta subcultura está o lugar-mito da Transilvânia, que se tornou quase um sinônimo para vampiros (GELDER, 1994).

Que outra terra chama tais visões místicas e encobertas, de florestas nebulosas; de condutores de carruagens traiçoeiros, trilhas desconhecidas para castelos escondidos; de figuras negras de manto perseguindo através de cemitérios ao luar no frio da noite? (BROKAW 1976, p.12).

O romance de Bram Stoker era uma obra quase desconhecido na Romênia, pois a tradução do texto em romeno só foi realizada em 1990. E para os romenos o nome *Dracula* não traz à mente o vampiro de Stoker, mas sim um *Voivode*² medieval com o nome de Vlad *Tepes*, que significa Vlad, O Empalador, governante da Valáquia no século XV, que

² Título eslavo que originalmente designava o principal comandante de uma força militar significa literalmente ‘o senhor da guerra. Ela deriva da palavra vojevoda, que significa ‘o comandante militar de uma área’, mas geralmente tinha um significado maior. Em tempos bizantinos era usado para referir-se principalmente a comandantes militares, especialmente nos Balcãs. Durante o período Otomano, Voivode era o título para cargo do governante de uma província, cujos poderes incluíam a administração, segurança e cobrança de impostos ao abrigo de um regime especial.

ganhou notoriedade por ter pulso firme e utilizar a prática de empalar infratores e inimigos otomanos em estacas de madeira.

O termo *Dracula* veio do romeno medieval *Draculea* que significava simplesmente "filho de *Dracul*" e foi usado para distinguir O Empalador de seu pai, Vlad II, que era conhecido como Vlad Dracul, por pertencer à Ordem do Dragão. O termo *Dracula* é uma junção do latim "draco" com o acréscimo de um "a" que significava "filho de", ou seja: "filho daquele que foi membro da Ordem do Dragão³ ou, simplesmente, filho do dragão. Uma possível ligação diabólica pode ter aparecido por interpretações erradas por aqueles que avistavam a bandeiram com o dragão, e o ligaram com o diabo, pela fama cruel que o voivode carregava. Mas, mesmo com tanta crueldade, Vlad *Tepes* desfrutava de uma posição estimada na historiografia romena, muitas vezes é visto como herói, por seus esforços para defender a independência da Valáquia e restabelecer a ordem interna durante uma era turbulenta.

Se não fosse pelas tentativas de vincular o Drácula de ficção com o histórico, Vlad *Tepes* seria quase desconhecido fora da Romênia. A mais influente delas resultou em um livro intitulado *In Search of Dracula* (MCNALLY e FLORESCU 1972), onde os autores dão início a uma detalhada pesquisa a partir do romance de Bram Stoker e, então, mostram porque O Empalador tornou-se modelo para o vampiro de Stoker.

McNally e Florescu (1872) foram implacáveis ao retratar o *Voivode* como um tirano e, embora não o acusem de vampirismo, eles insistiram que o vampiro era um personagem essencial do folclore da Transilvânia. *In Search of Dracula* tornou-se um best-seller, conquistando o público americano e aumentando o interesse popular pelos vampiros (AUERBACH, 1995), trouxe o reconhecimento mundial para o até então obscuro Vlad *Tepes*, mas mais significativamente o livro de McNally e Florescu estabeleceu uma nova ortodoxia onde o Conde Drácula e Vlad *Tepes*, eram essencialmente o mesmo personagem.

Contudo, recentemente esta alegação foi veemente criticada por Miller (1997, 2000), que argumenta que a pesquisa histórica de Stoker foi superficial, que ele sabia pouco mais sobre Vlad, o Empalador, do que sobre a alcunha de *Dracula*. Embora os argumentos de Miller sejam convincentes, eles ainda têm a ganhar aceitação generalizada, e a equação de vampiro de Stoker com Vlad, O Empalador, já está firmemente estabelecida entre muitos entusiastas. *In Search of Dracula* (MCNALLY e FLORESCU 1972) não foi publicado na Romênia, embora muitos historiadores do país estivessem familiarizados com o seu conteúdo. A reação foi de espanto e raiva, pois a figura histórica de Vlad, um herói nacional romeno, foi promovida no Ocidente como protótipo para o vampiro de Bram Stoker.

Por mais de três décadas, a posição da Romênia tem sido a de negar qualquer associação entre Vlad *Tepes* e o Conde Drácula, uma posição que sustentou a resposta do país à popularidade crescente do turismo 'em busca' das raízes literárias, históricas e sobrenaturais do mito de Drácula, "desde a década de 70" (LIGHT, 2007, p. 751)

O papel de *Dracula* no desenvolvimento do turismo romeno

³ A Ordem do Dragão (*Drachenorden*, em alemão; *Societas Draconistrarum*, em latim) foi uma instituição semelhante as ordens cavaleirescas do tempo, baseada na Ordem de São Jorge (1318), sendo originada em 1408 pelo sacro imperador romano Sigismundo (rei da Hungria) e sua rainha Bárbara Cilli, com o propósito de proteção para a família real.

Os países socialistas da Europa Central e Oriental, como a Romênia, abriram-se para o turismo internacional na década de 1960, basicamente, motivados pela necessidade de gerar divisas para financiar importações (HALL, 1991). No entanto, os regimes socialistas reconheceram o potencial propagandista do turismo como uma forma de dar visibilidade às realizações ideológicas feitas a partir do socialismo (HALL, 1984; 1990).

Desde o final dos anos 1950 a Romênia afasta-se gradativamente da União Soviética e estreita relações com o Ocidente tendo a promoção do turismo como um dos caminhos que aquela nação tomou para se projetar para o resto do mundo. Desta maneira, e por meio de uma resolução governista de 1959, os governantes romenos declararam que o turismo internacional levaria à colaboração e amizade entre os povos (CONSILIU DE MINISTRI, 1959), promovendo as realizações da República Popular Romena na promoção da paz e da compreensão internacional (TROFIN, 1969).

A Romênia, durante a década de 1960 passa a investir no turismo, sobretudo na hotelaria nas costas do Mar Negro (TURNOCK, 1977), tornando-se destino acessível para os ocidentais (TURNOCK, 1991). No ano de 1965 a Romênia atraiu duzentos mil turistas de países não socialistas (TURNOCK, 1977). A maioria dos turistas ocidentais que visitaram o destino naquela época buscou, primeiramente, os resorts de praia do Mar Negro, as estâncias de esqui dos Cárpatos e o patrimônio cultural da Transilvânia.

Assim, compreende-se que a abertura ao turismo para o mundo ocidental permitiu que os aficionados por Drácula aproveitassem o momento para visitar o lugar-mito. Talvez o turismo literário tenha sido um fenômeno, naquela época, que levou muitos turistas a percorrer lugares na busca por raízes sobrenaturais presente no livro de Bram Stoker, buscando pelo inefável e sobrenatural na Transilvânia (INGLIS e HOLMES, 2003).

Apesar de todo o *frisson*, os turistas em busca de Drácula pouco encontraram que atendesse a seus interesses, simplesmente porque o Drácula criado pelo mito ocidental era praticamente desconhecido na Romênia naquele período – o que levava aos visitantes a fazerem suas próprias pesquisas durante a estadia na Transilvânia. Os turistas procuravam, inicialmente, pelo Castelo de Drácula e o encontraram em Borgo Pass, onde Stoker colocou seu castelo totalmente ficcional. Nos anos de 1960 um crescente número de turistas estrangeiros visitava as ruínas do castelo (PĂDURARU, 1973), e isso levou equipes de filmagem ocidentais a fazer as primeiras matérias sobre o lugar em 1968.

Na ausência de um castelo "real" de Drácula os turistas ocidentais inventaram um, localizado no condado de Bran, próximo à cidade de Brasov, no Sul da Transilvânia, e que já tinha o nome de *Bran Castle*, mencionado no romance de Stoker, localizado a mais de cem milhas da localização do castelo de ficção.

O Castelo de Bran, apesar de ter tênues conexões com Vlad, O Empalador, era promovido pelo Escritório de Turismo Nacional da Romênia como um museu de arte feudal, mas recebia muitos excursionistas e tornou-se popular para excursões de um dia para quem ficava nas estâncias de esqui próximas (CIOBANU, MOISESCU e CIOBANU, 1984). Em uma dessas visitas, um turista ocidental apelidou o Castelo de Bran com a alcunha de Castelo de Drácula e o nome foi rapidamente adotado fora da Romênia em folhetos e guias de viagem (INGLIS e HOLMES, 2003). De acordo com Giurescu (1971), brochuras americanas de 1968 já mostravam o Castelo do Drácula, que em menos de uma década depois era a principal atração da Romênia para os ocidentais.

Nesse contexto, o Castelo de Bran foi (re)construído tanto pela imaginação de turistas quanto pela sua apresentação oficial. O fato vai de encontro ao pensamento de: Franklin (2003, p.15), que constata que o turismo é uma interação "entre as intenções e projetos dos fornecedores de locais turísticos e os antecedentes e biografia dos próprios

visitantes"; e Craik (1997) e Hennig, (2002), que explicam que os turistas levam consigo, nas férias, "conhecimento prévio, expectativas, fantasias e mitologias" gerados pela sua cultura de origem, e essa bagagem cultural vai harmonizar-se no encontro com o destino. Converter o Castelo de Bran no Castelo do Drácula foi um ato de apropriação por parte de turistas ocidentais para garantir que a experiência de visitar a Transilvânia fosse concebida com base no estereótipo ocidental da terra do Drácula.

Com a publicação *In Search of Dracula* (MCNALLY e FLORESCU, 1972) a Romênia teve de se adequar na maneira de trabalhar o turismo, pois o sucesso do livro deu origem a um roteiro turístico temático em torno dos Dráculas histórico e literário (FLORESCU e MCNALLY, 1976). Ratesh (1985) comenta que uma empresa de turismo nova-iorquina concebeu a ideia do roteiro e propôs parceria no projeto ao chefe do escritório nacional de turismo romeno – que surpreso com a proposta, pois, como a maioria dos romenos desconhecia o Drácula literário. Como a Romênia buscava se achegar ao ocidente, estreitando laços com a América, cedeu à oportunidade de fazê-lo pelo turismo. Como resultado, surgiu um pacote turístico de 18 dias intitulado *Spotlight on Dracula: An Adventure in Transylvania* (GENERAL TOURS, 1972) que incluía visitas a locais associados com Vlad *Tepes* e com o vampiro fictício de Stoker.

O roteiro foi bem aceito nos Estados Unidos, mas causou constrangimento na Romênia, pois o chefe do Escritório Nacional de Turismo da Romênia não tinha tratado do assunto com outras autoridades locais e, assim, não podia esperar a reação delas. A Romênia, em regime socialista, não estava preparada para turistas ocidentais, muito menos para estocar alho para espantar os vampiros, como pregava as superstições (GENERAL TOURS, 1972). O ministro do turismo, preocupado com o rumo da situação convoca reunião para discutir o tema com parte do governo romeno, agências e guias de turismo que tivessem algum conhecimento sobre o livro de Bram Stoker, e sobre o mito ocidental do Drácula. Como resultado, algumas pessoas do ministério do turismo romeno perceberam o poder do mito para atrair turistas estrangeiros e os planejadores do turismo nos país viram-se no dilema de explorar ou desencorajar o turismo baseado na imagem de Drácula (LIGHT, 2007).

O panorama do turismo romeno, a partir de *Dracula*, era uma antítese ao projeto socialista da Romênia que, para Boia (1999), buscava a criação de uma nova sociedade, tendo perspectiva científica e materialista, que, portanto, entrava em desacordo com fatos sobrenaturais, como a existência de vampiros. Logo, apostar no turismo tendo Drácula como foco seria estar em contraponto ao projeto romeno de socialismo. Sem contar que o discurso balcanista presente na obra de Bram Stoker coloca a Transilvânia como lugar subdesenvolvido e periférico europeu, uma ponte "entre o mundano e o extraordinário" (PRITCHARD e MORGAN, 2006, p.764).

De acordo com Cioranescu (1977), as autoridades romenas erraram na forma de trabalhar o turismo em torno do mito, isso contribuiu para fortalecer a confusão entre o conde vampiro e o *Voivode* empalador. Nos anos de 1970 os historiadores socialistas tentaram emplacar Vlad *Tepes* com líder e herói que defendeu a Romênia contra ameaças externas. Iniciou-se, com o interesse do Estado, uma campanha nacional e internacional vigorosa para dissociar Vlad *Tepes* do Conde Drácula (HALL, 2000) uma tradução do romance de Bram Stoker que havia sido planejada foi abandonada (CIOCULESCU, 1971), enquanto uma grande biografia do Empalador foi publicada em Inglês (STOICESCU, 1976), e com tradução japonesa em que o autor refuta veementemente qualquer ligação entre os Dráculas (fictício e histórico).

Burns (2004) menciona que, por conta da dissonância do desenvolvimento do turismo, a partir do conde vampiro, com identidade cultural e política romena não incentivava nem tinha a vontade de trabalhar com Drácula. Mas, com a estagnação econômica dos anos de 1970, que aumentou a dívida externa (DELETANT, 1999), a Romênia precisou estabilizar sua moeda e Drácula tinha um potencial enorme para gerar receitas – principalmente porque o país queria estreitar laços com os Estados Unidos que, por sua vez, tinha uma demanda considerável de turistas interessados em conhecer a ‘Terra de Drácula’.

Diante do dilema "identidade contra a economia" (LIGHT, 2000; TUNBRIDGE, 1994), a Romênia resolveu tolerar o ‘turismo Drácula’ sem incentivá-lo, mostrando ao público uma variedade de outras atrações, mas os turistas ocidentais estavam interessados no Drácula ficcional de Bram Stoker (RAICU, 1978).

O Castelo de Bran nunca era referido nos guias turísticos da era socialista como "Castelo do Drácula", mas como constata Raicu (1975), alguns artigos registravam que o edifício era assim conhecido por turistas ocidentais, ao mesmo tempo em que havia uma campanha para defender a reputação de Vlad *Tepes* (NEGOE, 1976).

Light (2007) e Cioranescu (1977) afirmam que a Romênia passou a gerir o turismo, a partir de Drácula, à sua maneira: o escritório de turismo nacional lançou, em 1973, um pacote intitulado Drácula: Lenda e verdade (*Dracula: Legend and Truth*), executado até 1989, cujos passeios eram centrados na vida de Vlad *Tepes* e sem qualquer menção aos vampiros. O passeio incluía visita à terra Natal de Vlad, Sighișoara; com ida ao seu castelo em Poienari; e seu túmulo em Snagov. Observa-se que, com essa estratégia, o governo romeno queria contrariar a imagem negativa de Vlad, O Empalador, popularizada por McNally e Florescu (1972).

Porém, os turistas, fãs de Drácula, não estavam satisfeitos em seguir os passos do Empalador. E, ao mesmo tempo em que vendiam o pacote Drácula: lenda e Verdade, os turistas ocidentais continuaram a organizar, durante toda a década de 1970, passeios temáticos para a Romênia, para os entusiastas de vampiro (CIORANESCU, 1977). A Romênia tolerou este tipo de turismo até a década de 1980, quando o austero governo de Ceaușescu reprimia, jornalistas e opositores do regime, o que lhe rendeu o apelido de "Drácula" (SIMPSON, 1990). Com isso, as autoridades romenas hostilizavam a imagem do Drácula ocidental, que chegou a ser citado por um dos "poetas da corte" de Ceausescu como "apenas uma página do grande pacto de pornografia política através da qual nossos inimigos trabalham contra nós" (PĂUNESCU, 1986, p. 13). A Romênia de Ceausescu tornou-se uma experiência horror e do número de turistas ocidentais diminuiu drasticamente (HALL, 1991).

A Romênia iniciou sua reforma política e econômica após o colapso da ditadura de Ceausescu, em dezembro de 1989, e sem conseguir censurar a imagem de Drácula, permitiu que o vampiro criado na cultura popular ocidental penetrasse na Romênia, principalmente a partir do setor privado que utilizava Drácula como uma marca, que movimentou o mercado de lembranças próximas ao castelo de Bran; foi publicada uma tradução do romance de Bram Stoke; e o primeiro filme sobre o livro surge em 1993 (LIGHT, 2007). O setor privado explorava as oportunidades e o governo se mantinha resistindo.

De acordo com Light (2007) nos anos de 1990 a Romênia se candidata a futuro membro da União Europeia e da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) na tentativa de convencer a opinião Ocidental que partilha das agendas e valores do Ocidente, fugindo do discurso balcanista presente em Bram Stoker, e divulgando oficialmente

atrativos turísticos com base no patrimônio e na cultura da Romênia e nas tradições rurais (LIGHT, 2006).

Em 2001 surge um anúncio inesperado, veiculado na mídia mundial, anunciando a construção da *Dracula Park*, localizado a Sighișoara, um parque temático sobre Drácula, na Transilvânia (LIGHT, 2007). O governo, depois de décadas de resistência ao mito ocidental resolveu apostar neste trunfo. Dentre as atrações estavam um castelo, um labirinto, um instituto de vampirologia, um parque de diversão convencional, exposições com histórias romenas, lojas, restaurantes e meios de hospedagem; esta iniciativa estava destinada a relançar a Romênia para o turismo (CONSTANTINESCU, 2001). Para Morgan e Pritchard (2002) o estereótipo anteriormente indesejado foi posto em prática para trazer novas oportunidades e vantagens para a Romênia, e "seria uma loucura para o mito ser negligenciado em seu próprio país e explorado pelo turismo em outros países que não têm qualquer relação com Drácula" (MOROIANU, 2001, p.6).

No entanto, os planos para o *Dracula Park* não saíram de acordo como o planejado: inicialmente deveria ser uma oferta pública de ações, mas investidores relutaram em comprar cotas por acreditarem que o plano de negócios apresentado era inconsistente, sem contar na oposição interna (FABINI, 2001) – pois havia aqueles em oposição à importação de um mito ocidental desconhecido no folclore romeno (VALENDORFEAN, 2002). Alguns historiadores reclamaram que a localização do parque, em Sighișoara, era um fato que aumentaria a confusão nas histórias do Conde Drácula e de Vlad *Tepes*, episódio que a Romênia resistira por décadas; os conservacionistas estavam preocupados com o local proposto para o parque que tomava uma área de floresta de carvalho com 500 anos de idade e protegida pela lei romena. Além disso, o parque deveria ser situado a menos de uma milha do centro da cidadela medieval de Sighișoara, lugar incluído na Lista do Patrimônio Mundial da Unesco – os críticos argumentavam que a cidadela era fundamentalmente inadequada para o turismo de massa que seria gerado com o parque temático (LIGHT, 2007).

Nesse contexto, em maio de 2002, surgiram oposições advindas de organizações internacionais, incluindo a Unesco, Greenpeace e o Parlamento Europeu, e o projeto trouxe constrangimento para o governo romeno. Assim, a primeira tentativa séria de explorar o mito de Drácula pelo turismo tinha projetado uma mensagem sobre a Romênia, que era exatamente o oposto do que se pretendia. Sem surpresa, o local em Sighișoara foi discretamente desamparado em julho de 2002, e o projeto foi finalmente abandonado em fevereiro de 2005 (ANON, 2005).

De acordo com Stroe (2015), em janeiro de 2015, ressurgiu a intenção de retomada do projeto do parque temático de Drácula, na Transilvânia. Daniel Stroe explica que o chefe da agência nacional de turismo da Romênia, resgatando a ideia de quinze anos atrás, acreditava que o panorama havia mudado: desta vez o nome do parque seria *Vlad the Impaler Park*, e se explorado adequadamente, poderia levar milhares de turistas para a Romênia. Para fortalecer essa ideia justifica com dados do Castelo de Bran, onde se diz que O Empalador esteve preso, que em 2014 teve a visita de seiscentos mil turistas (um aumento de 10% no número de turistas em relação a 2013). O projeto do novo parque continua sob a aprovação do governo romeno.

Conclusão

O estudo possibilitou maior compreensão sobre as influências e o papel de uma nação no desenvolvimento da atividade turística. Principalmente, sobre o quê e para quem promover o destino. No caso da Romênia as maneiras de promover o turismo, a partir de Drácula, apresentam conflitos de autoimagem e identidade cultural que foram repensados em função do desenvolvimento turístico. Neste caso, o estudo constata que a Romênia não conseguiu: controlar a forma como sua autoimagem era vista globalmente, nem desassociar a figura de Drácula da de Vlad, O Empalador. Tais fatos sustentam a hipótese de que um destino turístico não consegue controlar a imagem que é repassada para outras sociedades e que, muitas vezes, a demanda turística pode ocorrer por motivos que não são trabalhados no planejamento turístico do destino.

O fenômeno do turismo em busca de Drácula, a partir de 1960, distorceu o planejamento turístico romeno, pautado na abertura para turistas ocidentais, focado na promoção de praias e resorts nas costas do Mar Negro e no patrimônio cultural e natural do lugar, mas que teve de se reprogramar em virtude da existência do mito ocidental de Drácula, construído por Bram Stoker, e que levou muitos turistas a viajar pela Transilvânia na esperança de desvendar as origens sobrenaturais do famoso vampiro.

A complexidade da associação do personagem fictício (Drácula) com o real (Vlad, O Empalador) refletiu nas formas de trabalhar o destino. Inicialmente, percebe-se a necessidade de contextualizar a realidade e diferenciá-la da ficção: o lugar-mito da Transilvânia, apresentada no livro de Bram Stoker como lugar marginal, sinistro, repleto de superstições e distante do ocidente, deu lugar a um país moderno, desenvolvido, não comprometido pelo discurso balcanista e que trabalhou para melhorar a imagem do *voivode* medieval romeno para distanciá-lo do conde vampiro.

No entanto, foi graças ao conde vampiro que a Romênia conseguiu aumentar suas divisas, com o turismo, e adotou a estratégia de, quase três décadas, tolerar a imagem de Drácula, em favor do turismo, mas sem incentivá-lo. A ‘criação’ do ‘Castelo de Drácula’, a partir do Castelo de Bran, é um exemplo do papel dos turistas na construção de espaços turísticos, apesar da oposição romena.

Desta forma, ao mesmo tempo em que o conde vampiro é um personagem indesejável para a Romênia, ele acabou virando um mal necessário, pois trouxe oportunidades para deslançar o turismo naquele país. O Parque do Drácula, por exemplo, é uma maneira de o governo romeno reavivar o turismo internacional - embora com esta atitude acabou-se reafirmando os estereótipos ocidentais sobre a Romênia e sobre Drácula.

Conclui-se, portanto, que o mito de Drácula influenciou diretamente na maneira de como o governo romeno passou a trabalhar com o turismo para ocidentais; evidencia o poder da imagem e as tensões entre aqueles que são representados e os outros, com o poder de representar; e, como muitas outras sociedades, o turismo na Romênia está pautado nas demandas ocidentais – embora continue havendo resistência.

Referências

ANON. **Şeful turismului promite vacanțe sociale î'n vârf de sezon.** Adevărul (18 February). 2005.

ARATA, S. **The Occidental Tourist: Dracula and the Anxiety of Reverse Colonisation.** *Victorian Studies*, 33, n. 4, p. 621–645. 1990.

AUERBACH, N. **Our Vampires, Ourselves.** University of Chicago Press, Chicago. 1995.

- BOIA, L. **Mitologia Științifică a Comunismului**. București: Humanitas. 1999,
- BROKAW, K. **A Night in Transylvania: The Dracula Scrapbook**. New York: Grosset and Dunlap. 1976.
- BURNS, P. **Social Identities, Globalisation and the Cultural Politics of Tourism**. Global Tourism - Elsevier, Amsterdam, 2004.
- CIOBANU, M.; NOISESCU, N.; CIOBANU, R. **Cetatea Poienari**. București: Editura Sport Turism. 1984.
- CIOCULESCU, Ș. **Istorie și literatură**. *România Literară* (29 July). 1971.
- CIORANESCU, G. **Vlad the Impaler: Current Parallels with a Medieval Romanian Prince**. Radio Free Europe Research: Background Report/23 (31 January):1–10, 1977.
- CONSILIU DE MINIȘTRI. **Hotărârea** Nr 86, 1959.
- CONSTANTINESCU, M. **Dan Matei Agathon este Gata să se Întâlnească cu Contestatarii “Dracula Park”**. *Cotidianul* (6 November), p. 7, 2001.
- CRAIK, J. **The Culture of Tourism**. In: J. Urry, C. Rojek (Eds.), *Touring Cultures*, Routledge, London (1997), pp. 113–136, 1997.
- DELETANT, D. **Romania Under Communist Rule**. Iași: Center for Romanian Studies. 1999
- DITTMER, J. **Dracula and the Cultural Construction of Europe**. *Connotations: A Journal for Critical Debate* , 12 (2-3), p. 233-248. 2003.
- FABINI, H. **Dracula Park Sighisoara: O Analiza Critica a Proiectului**. *România Liberă* (24 November), p. 11, 2011.
- FLORESCU, R.; MCNALLYM R. Introduction. **In A Night in Transylvania: The Dracula Scrapbook**. K. Brokaw, pp. 1–4. New York: Grosset and Dunlap. 1976.
- FRANKLIN, A. **Tourism: An Introduction**. Sage, London. 2003.
- GELDER, K. **Reading the Vampire**. Routledge, London. 1994.
- GENERAL TOURS/PAN-AM. **Spotlight on Dracula (promotional leaflet)**. New York: General Tours.1972.
- GIURESCU, C. **Jurnal de Călătorie: Impresii din Statele Unite, Paris și Londra**. București: Editura Cartea Românească. 1971.

HALL, D. **Evolutionary Pattern of Tourism Development in Eastern Europe and the Soviet Union.** In *Tourism and Economic Development in Eastern Europe and the Soviet Union*, D. Hall, ed., pp. 79–115. London: Belhaven. 1991.

HALL, D. **Foreign Tourism under Socialism: The Albanian “Stalinist” model.** *Annals of Tourism Research*, 11 (1984), pp. 539–555

HALL, D. **Stalinism and Tourism: A study of Albania and North Korea.** *Annals of Tourism Research*, 17 (1990), pp. 36–54

HALL, M. **Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships.** Pearson, Harlow (2000)

HENNIG, C. **Tourism: Enacting Modern Myths.** In *The Tourist as a Metaphor of the Social World*, G. Dann, ed., pp. 169–187. Wallingford: CABI. 2002. Disponível em : < <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=YP5EJxQhTUgC&oi=fnd&pg=PA169&dq=HENNIG,+C.+2002+Tourism:+Enacting+Modern+Myths.+In+The+Tourist+as+a+Metaphor+of+the+Social+World,+G.+Dann,+ed.,+pp.+169%E2%80%93187.+Wallingford:+CABI.+2002.&ots=Rffe5LgMDI&sig=c2ReEwbVOTZAdFtoVs7JtuSZPi8#v=onepage&q&f=false> >. Acesso em 10/01/2016.

INGLIS, D.; HOLMES, M. **Highland and Other Haunts: Ghosts in Scottish Tourism.** *Annals of Tourism Research*, 30, pp. 50–63. 2003.

LIGHT, D. **Romania: National Identity, Tourism Promotion and European Integration,** In: D. HALL, B. MARCISZEWSKA AND M. SMITH, eds. *Tourism in the New Europe: The Challenges and Opportunities of EU Enlargement*, pp. 256–269. Wallingford: CABI. 2006.

LIGHT, D. **Dracula Tourism in Romania: Cultural Identity and the State.** *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, No. 3, pp. 746–765, 2007. Disponível em: < <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738307000370> >. Acesso em 10/01/2016.

LIGHT, D. **Gazing on Communism: Heritage Tourism and Post-communist Identities in Germany, Hungary and Romania.** *Tourism Geographies*, 2, pp. 157–176, 2000.

MCNALLY, R.; FLORESCU, R. **In Search of Dracula: A True History of Dracula and Vampire Legends.** New York Graphic Society, Greenwich. 1972.

MELTON, J. **The Vampire Handbook.** (2 ed.) Visible Ink Press, Detroit. 1999.

MILLER, E. **Dracula: Sense and Nonsense.** Desert Island Books, Westcliff on Sea. 2000.

- MORGAN, N.; PRITCHARD, A. **Contextualizing Destination Branding**. In: N. MORGAN, A. PRITCHARD, R. PRIDE (Eds.), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 11–41, 2002.
- MOROIANU, G. **Dracula va avea Resedința Oficială la Sighișoara**. Ziua (9 July), 2001p. 6
- NEGOE, M. **The Truth about Dracula**. *Holidays in Romania*, 60 (December), p. 8–9. 1976.
- PĂDURARU, N. **Ultimele Descoperiri în Pasul Biârgașulu**. *România Pitorească*, 14 (2), p. 13, 1973.
- PAUNESCU, A. **Minciuna: Dracula**. *Contemporanul*, 10 (7 March), p. 13, 1986.
- PRITCHARD, A.; MORGAN, N. **Hotel Babylon? Exploring Hotels as Liminal Sites of Transition and Transgression**. *Tourism Management*, 27 (2006), pp. 762–772
- RAICU, A. **A Chime for the Shadows of Yore**. *Holidays in Romania*, 18 (October), p. 3, 1975.
- RAICU, A. **If you go to Bistritza**. *Holidays in Romania*, 20 (November), p. 18–20, 1978.
- RATESH, N. **The American Connection**. V. Georgescu (Ed.), *Romania: 40 Years (1944–1984)*, Praeger, New York, p. 61–78, 1985.
- SAID, E. **Orientalism: Western Conceptions of the Orient**. Penguin, Harmondsworth. 1995.
- SHIELDS, R. **Places on the Margin**. Routledge, London, 1991.
- SIMPSON, J. **Dispatches from the Barricades**. Hutchinson, London, 1990.
- STOICESCU, N. **Vlad Țepeș**. București: Editura Academiei Republicii Socialiste România. 1976.
- STOKER, B. **Drácula**. O Dialético: ebookBrasil. 2002. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/draculap.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2015.
- STROE, D. **Dracula Park project floated again in Romania**. Independent Balkan News Agency (Balkan News in English). Disponível desde 31 de janeiro de 2015, em: <<http://www.balkaneu.com/dracula-park-project-floated-romania/>>. Acesso em 16/11/2015.
- TODOROVA, M. **Imagining the Balkans**. Oxford University Press, Oxford, 1997.
- TROFIN, P. **Turismul Mesajerul Prieteniei între Popoare**. Almanah Turistic. 1969.

TUNBRIDGE, J. **Whose Heritage? Global Problem, European Nightmare.** G. Ashworth, P. Larkham (Eds.), *Building a New Heritage: Tourism, Culture and Identity in the New Europe*, Routledge, London. p. 123–134, 1994.

TURNOCK, D. 1991 **Romania.** In *Tourism and Economic Development in Eastern Europe and the Soviet Union*, D. Hall, ed., pp. 203–219. London: Belhaven.

TURNOCK, D. **Rumania and the Geography of Tourism.** *Geoforum*, 8, p. 51–56, 1977.

VALENDORFEAN, L. **Oamenii de Cultură i-au spus Răspicat lui Iliescu că nu avem Nevoie de Dracula Park.** *România Liberă* (4 April) (2002), p. 1

Tourism and Balkanism in Bram Stoker's Dracula.

Abstract

Dracula, the vampire Count of Transylvania is a character who became famous since the publication of an eponymous novel written by the Irish Bram Stoker. The fame of the character is such that drives diverse market sectors, and tourism is one of them. The objective of this paper is to present the historical context that led Dracula, Bram Stoker, to move the tourist activity in the post-socialist Romania. For this used an exploratory study based on literature review and documentary research. Among the research findings can be concluded that the vampire created by Bram Stoker and the Dracula myth influenced directly in the way of how the Romanian government started working tourism, mainly to Western demands; and highlights the power of image, links with the local identity and the lack of placement of an image absorbed by tourism can generate for society.

Keywords: *Dracula, tourism, Balkanism.*

Artigo recebido em 08/11/2015. Aceito para publicação em 25/02//2016