



## A pós-modernidade e sua narrativa: o setor de turismo em debate

Hoyêdo Nunes Lins

*Departamento de Economia e Relações Internacionais, Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima, 88040-900, Trindade, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. E-mail: hnlins@cse.ufsc.br; hnlins55@gmail.com*

**RESUMO.** As análises sobre a vida social exibem várias abordagens sobre o que se considera ser uma transição da modernidade para a pós-modernidade. Essa mudança aparece acompanhada, ao menos assim se reivindica, por alterações na forma de apreender a realidade social. O artigo explora esse assunto tendo como foco o setor de turismo, cujo rápido crescimento em escala mundial é um dos traços marcantes do século XX. Nas últimas décadas, as experiências turísticas mostram grande e crescente diversificação em diferentes países e regiões, refletindo tanto os interesses dos turistas quanto ações no lado da oferta implicando investimentos que até afetam os perfis das estruturas receptoras de fluxos de visitantes. Esse é o contexto em que a designação turismo pós-moderno passou a figurar na literatura especializada, seja para salientar a ocorrência de mudanças nas práticas turísticas, impositivas de novas reflexões sobre o atual significado do turismo, seja para assinalar ângulos de análise e temas de investigação capazes de inclusive subsidiar iniciativas de política condizentes.

**Palavras-chave:** mudanças na vida social e na sua análise, mudanças nas práticas turísticas, autenticidade e simulacro.

### Postmodernity and its narrative: discussing tourism

**ABSTRACT.** Analyses on social life produce several approaches on the alleged transition from modernity to postmodernity. Transformation is coupled, or so it is claimed, to changes in how social reality is apprehended. The current study looks at this problem by exploring the tourist sector with its fast growth worldwide as an outstanding feature of the 20<sup>th</sup> Century. The last decades have witnessed an important and growing diversification in the way tourism occurs in different countries and regions, reflecting tourists' interests and also the offer of services, involving investments that deeply affect the structures for visitors' reception. Post-modern tourism is inserted in the literature within this context either to stress the changes occurring in tourist practices, requiring more reflections on the current meaning of tourism, or to indicate analytical points of view and research themes which may be able to subsidize adequate policy initiatives.

**Keywords:** changes in social life and in its analyses, changes in tourism practice, authenticity and simulacrum.

### Introdução

Parte da literatura acadêmica que analisa a vida social fala da atualidade em termos de tempos 'pós-modernos'. Esse adjetivo costuma evocar a ideia de 'pós-industrialização', de modo que, se a expressão 'tempos modernos' remete a frenesi industrial e disciplina taylorista-fordista no chão de fábrica – como ilustram as desventuras de Carlitos no *chaplino* filme homônimo –, por 'tempos pós-modernos' se indicaria a terciarização da sociedade. Nesse processo, o destaque é, sem equívoco, a primazia dos serviços.

Em tal literatura, essa mudança exhibe paralelo no plano da análise sobre a vida em sociedade. Todavia, o assunto é controverso, esquivo, de difícil apreensão na sua integralidade, tantas são as posições manifestadas e tantos os argumentos esgrimidos. O quadro de referências sobre o tema é, com efeito, nada menos que nebuloso.

Escorado em pesquisa bibliográfica, este artigo objetiva ordenar – segundo as impressões do autor no trato com segmentos da correspondente literatura – algumas ideias aparentemente centrais no debate sobre a pós-modernidade. Anunciar tal propósito para um artigo há de fazer sorrir, por se tratar de problemática tão vasta quanto complexa. Assim, é preciso dizer desde logo que o ângulo da tentativa é específico: seu foco – ou seu terreno de indagação sobre o tema – é o setor de turismo, cuja expansão é um dos traços marcantes do século XX.

De fato, são eloquentes a multiplicação das viagens com fins turísticos e o crescimento e diversificação, em escala planetária, dos negócios em hospedagem, alimentação e lazer. Ora, nas últimas décadas, a experiência turística registrou uma grande e nítida diversificação, refletida principalmente nos perfis dos destinos. Turismo pós-moderno foi como se

passou a referir às novas práticas, em estudos sobre situações específicas ou em abordagens amplas.

O artigo explora o sentido da expressão ‘turismo pós-moderno’ procurando sistematizar aspectos importantes do respectivo debate. Isso exige associar o turismo aos elementos também culturais das mudanças socioeconômicas e políticas frequentemente associadas à pós-modernidade.

Todavia, mesmo com a especificação temática, a empreitada está longe de ser trivial. Pós-modernidade indica, à primeira vista, uma condição sucessiva à modernidade. Mas essa aparente obviedade não dispensa indagações sobre o seu sentido. Ao contrário, o quadro de referências, como sugerido anteriormente, tem mais opacidade do que translucidez, inclusive porque são múltiplos os vocábulos em cena: pós-modernidade costuma aparecer ao lado de pós-moderno e de pós-modernismo.

Inicia-se falando, entretanto, em moderno, modernismo e modernidade, para colocar a discussão em perspectiva.

### **Moderno, modernismo e modernidade**

Etimologicamente, moderno indica atualidade, proximidade temporal ao emprego da palavra. Mas o uso também evoca novidade ou rompimento com o convencional, isto é, transformação, o que permite aplicação para qualquer época. Ao moderno vincula-se o modernismo, fato cultural relacionado ao primeiro, com sistema de signos, modos de representação e unidade de sentido, percebido como linguagem código, conformando um estilo. Geralmente vinculado a movimentos de vanguarda, o segundo é referido quando o primeiro já está incorporado aos costumes e faz, por assim dizer, parte da paisagem (KARL, 1988).

Modernidade, de sua parte, refere ao domínio em que ocorre a reflexão sobre o moderno e o modernismo. O termo sugere o estado de coisas ou o ‘sentido de época’ (FEATHERSTONE, 1995a) atingido na modernização, tendo o moderno como resultado e o modernismo como ‘narrativa’. Trata-se do âmbito da tomada de consciência sobre a realidade pela análise tanto das condições de vida como das expressões culturais associadas às transformações que dão sentido à palavra moderno; processos e mecanismos de descoberta dos reflexos dessas mudanças, em nível individual e coletivo, são assim referidos. Daí que, se o modernismo remete sobretudo às artes, a modernidade geralmente implica a teoria social.

O período moderno mais próximo da atualidade durou cerca de três séculos. A modernidade correspondente diz respeito

[...] a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência (GIDDENS, 1991, p. 11).

Também nesse período moderno, como em outros da história, a consciência crítica sobre as mudanças marcou presença. Como especificidade, figuraram grandes avanços científicos e tecnológicos que inocularam a crença “[...] no progresso infinito do conhecimento e no avanço infinito em direção ao aperfeiçoamento social e moral” (HABERMAS, 1983, p. 86).

O crescimento econômico promovido por esses desenvolvimentos entronizou espírito de racionalidade científica que nutriu o entusiasmo sobre as possibilidades abertas às realizações humanas, aumentando a sensação de poder (BERMAN, 1989). Grandes desenvolvimentos em ciência, arte, economia e política foram testemunhados, e até a vida cotidiana acabou capturada pela racionalização (HABERMAS, 1990). Ao mesmo tempo, formas tradicionais de vida sofreram atrofia ou desapareceram, pois esse grande movimento, impregnado de uma ‘iluminação progressiva’ (VATTIMO, 1996), dissolveu uma ordem social alicerçada na religião, no mito e na superstição.

Dos escombros dessas estruturas tradicionais surgiu ‘modelo civilizatório’ cujas ideias centrais, segundo Rouanet (1993), eram a universalidade (inclusão de todos os indivíduos), a individualidade (inclusão de pessoas concretas e individuais, com direitos e deveres) e a autonomia (de pensamento e em termos políticos e econômicos). Nessa época, “[...] ser moderno se torna um valor, ou melhor, o valor fundamental, a que todos os demais são referidos” (VATTIMO, 1996, p. 97, grifado no original).

Interpretações teóricas amplas e de aplicação geral passaram a dominar. Ganharam vulto a crença na linearidade do progresso e a defesa do planejamento como atividade capaz de gerar modelos ideais. Em contexto de hegemonia da técnica e da razão, cresceu o apego à ideia de que existem verdades absolutas e também a padronização do conhecimento e das formas de conhecer e produzir.

Foi longo o período no qual tomou forma a linguagem código dessa modernidade, o modernismo. Essa história é complexa, repleta de nuances e com particularidades conforme os países, uma característica que impede um tratamento único do assunto. Mas

cabe postular, mesmo em termos muito gerais, que a representação modernista foi cevada no bojo dos movimentos de vanguarda que fervilhavam na Europa entre os anos 1910 e 1920, principalmente.

A trajetória do modernismo registrou mais do que simples inflexões, pois foram muitas as experiências ou modas estéticas. Merecem referência o impressionismo, o cubismo, o dadaísmo, o surrealismo e o expressionismo, devendo-se apontar uma frenética busca de novos códigos, significações e alusões metafóricas, assim como a incursão em novas técnicas. Aspecto importante foi a “[...] ‘explosão’ da estética fora dos limites institucionais que lhe eram estabelecidos pela tradição” (VATTIMO, 1996, p. 41, grifo do autor).

Ocorre que a evolução histórica tornou problemáticos os próprios ideais de universalidade, individualidade e autonomia, pilares da modernidade. Essa adversidade aprofundou a sensação de desconforto perante as dificuldades do iluminismo em cumprir suas promessas, mormente quanto à generalização do progresso econômico. Tal ambiente favorecia tanto o ceticismo sobre a capacidade interpretativa e explicativa das narrativas totalizantes, quanto a crítica ao que estas representavam em termos de exercício de poder e dominação. Fortalecia-se a percepção de que, propostos em nome da libertação humana, esses esquemas significavam, muito mais, ‘opressão universal’.

Assim, os movimentos registrados pelo modernismo repercutiram também na teorização sobre a sociedade. Já no começo do século XX, “[...] não era possível dar à razão iluminista uma posição privilegiada na definição da essência eterna e imutável da natureza humana” (HARVEY, 1993, p. 27). O pressuposto de que existe uma única maneira de representar o mundo enfrentava críticas cada vez mais fortes. Sobretudo no âmbito das ciências sociais, a relativização nas abordagens aparecia como procedimento a ser privilegiado.

Em plena modernidade a razão iluminista viu-se, assim, desafiada, e uma nova concepção daquele ‘projeto’ ganhou espaço. Os processos testemunhados pelo modernismo representaram reação às vigentes condições de produção e consumo e à ditadura da ‘mercantilização de tudo’ (WALLERSTEIN, 2001), inclusive da arte; significaram reação também à vertigem provocada pelas mudanças da modernização, fonte de entusiasmo com as perspectivas de progresso, mas origem igualmente de incertezas e angústias. Estas se deviam à sensação de efemeridade das coisas, à natureza fugidia dos processos e realizações e ao caráter caótico do turbilhão transformador (BERMAN, 1989).

Tudo isso agregou complexidade ao modernismo, ampliando o seu caráter contraditório e as dificuldades à sua sistematização e interpretação.

### **Pós-moderno, pós-modernismo e pós-modernidade**

Os anos posteriores a 1945 registraram o enfraquecimento do espírito vanguardista que o modernismo exibira no começo do século XX. A transformação deste em objeto de celebração pelos centros de poder da sociedade foi um decisivo impulso nessa direção.

O essencial da contestação pós-modernista derivou desse quadro. Jameson (1997) considera o pós-modernismo uma resposta à “[...] canonização e institucionalização acadêmica do movimento moderno” (JAMESON, 1997, p. 30), como o modernismo fora uma reação às implicações do paradigma civilizatório iluminista. Para Featherstone (1995a), o alvo da crítica foi o ‘alto-modernismo’, um modernismo codificado e absorvido pelo sistema, presente nos museus e na vida acadêmica. Huyssen (1991), por sua vez, diz que foi colocada em xeque a

[...] versão do modernismo [...] domesticada nos anos 1950, incorporada pelo consenso liberal-conservador da época e transformada em arma de propaganda no arsenal cultural e político da guerra fria [...] (HUYSSSEN, 1991, p. 34).

Na área cultural, a expressão ‘pós-modernismo’ logrou intensidade de uso nos anos 1960 pela disseminação entre novos artistas, escritores e críticos. Difusão realmente ampla ocorreu nos anos 1970, com penetração em segmentos artísticos diversos, como dança, teatro, pintura, cinema e música. Na Europa, a propagação refletiu principalmente o interesse de teóricos da vida social e filósofos.

Contudo, o sentido da ‘dominante cultural’ (JAMESON, 1997) representada pelo pós-modernismo revelou-se mutante. Na década de 1960 cabia falar em pós-modernismo vanguardista, que subvertia os padrões estéticos – era o caso nos Estados Unidos –, mas na de 1970 a erosão do seu caráter iconoclasta causou-lhe perda de fôlego. Quer dizer, também o pós-modernismo foi absorvido pelo sistema, tanto que,

[...] [s]e a cultura começou a ser mais crucial para o capitalismo na década de 1960, tornou-se totalmente indistinguível dele por volta dos anos 90. É isso, realmente, parte do que queremos dizer com pós-modernismo (EAGLETON, 2005, p. 78).

Aspecto central foi a extraordinária dimensão atingida pelo culto à imagem, tornando onipresente

a experiência estética. A tal situação, que tem no pós-modernismo o seu conjunto de fatos culturais, com as correspondentes narrativa e codificação, dá-se o nome de pós-modernidade. No modernismo, “[...] a estética só pode ser realizada e concretizada quando ela é algo mais do que o simplesmente estético” (JAMESON, 2001, p. 103). No pós-modernismo, com a completa incorporação da produção estética pelo processo de acumulação de capital, o estético esgota-se nele próprio: “[...] na cultura pós-moderna, a própria ‘cultura’ se tornou um produto [...]” (JAMESON, 1997, p. 14), não surpreendendo

[...] a supressão de tudo o que esteja de fora da cultura comercial, a absorção de todas as formas de arte, alta e baixa, pelo processo de produção de imagens (JAMESON, 2001, p. 142).

Mas o ‘extremo relativismo’ (ARBEX JR.; TOGNOLI, 1996) observado desde meados da segunda metade do século XX não incide somente nos planos da estética e da cultura. Na teorização sobre a sociedade, o pós-modernismo rejeita as interpretações e explicações universais ou totalizantes e destaca a heterogeneidade, a fragmentação, a indeterminação e a multiplicidade de estilos de vida. É quase clássica sobre essa questão a seguinte frase de Lyotard (2004): “[...] [s]implificando ao extremo, considera-se ‘pós-moderno’ a incredulidade em relação aos metarrelatos” (LYOTARD, 2004, p. xvi).

Giddens (1991) chega a afirmar que a “[...] perspectiva pós-moderna vê uma pluralidade de reivindicações heterogêneas de conhecimento, na qual a ciência não tem um lugar privilegiado” (GIDDENS, 1991, p. 12). Tem muito a ver com isso, certamente, a assertiva de Lyotard (2004), segundo a qual o alcance da era pós-moderna pela sociedade e o mergulho da cultura na era pós-moderna, dois processos entrelaçados, transformam as próprias regras do saber. Eagleton (2005) sugestivamente assinala que o pós-modernismo é descrente

[...] a respeito de verdade, unidade e progresso, opõe-se ao que vê como elitismo na cultura, tende ao relativismo cultural e celebra o pluralismo, a descontinuidade e a heterogeneidade (EAGLETON, 2005, p. 27, nota 3).

Isso significa que a capacidade analítica e interpretativa das dicotomias próprias do modernismo sofreu desgaste, em decorrência das tensões que passaram a caracterizar o pós-modernismo. Essa conclusão pode parecer exagerada, mas já nos anos 1970 podia-se observar, em países europeus,

[...] como uma nova geração de estudantes e jovens intelectuais, cansados de teoria, de política esquerdista e de ciência social, confluíram em revelações da etnologia e do mito (HUYSSSEN, 1991, p. 52).

Para além da obsolescência das codificações do modernismo no discurso crítico, sinalizando os limites históricos do modernismo e da modernidade, a própria vida cotidiana passou a mostrar-se crivada de ‘aspectos pós-modernos’. A frase de Rouanet (1993), de que “[...] a sensibilidade antimoderna parece ter saído das salas de aula, passando aos atos” (ROUANET, 1993, p. 99), encontra ilustração, entre outras coisas, na avassaladora presença cotidiana da ditadura da imagem e da estética.

Ganhou espaço o que se pode denominar de estetização da vida, aspecto básico do que foi referido anteriormente como ubiquidade da experiência estética. Essa estetização não é traço exclusivo da pós-modernidade, pelo que diz Benjamin (1994) sobre as grandes lojas de departamentos e as galerias de comércio parisienses no século XIX. Mas é em relação à atualidade, sobretudo, que cabe falar sobre tal processo.

As cidades, particularmente, representam estruturas de consumo de uma grande variedade

[...] de mercadorias e experiências simbólicas produzidas pelas indústrias culturais (das artes, do entretenimento, do turismo, do patrimônio histórico) (FEATHERSTONE, 1995a, p. 45).

Refere-se aqui a ambientes férteis, ao florescimento de ‘comunidades estéticas’, tipificadas por Bauman (2003) como redutos de relações particularmente efêmeras, desenvolvidas no interior de grupos seduzidos pelo espetáculo e devotos de celebridades tão incensadas quanto transitórias.

### **A pós-modernidade invade o cotidiano: a ilustração do turismo**

Nas últimas décadas, a literatura sobre o setor de turismo passou a exibir numerosas tentativas de caracterização de experiências turísticas julgadas condizentes com modos de comportamento e de consumo pós-modernos. A expressão turismo pós-moderno é utilizada frequentemente nesses estudos.

#### **Turismo moderno e turismo pós-moderno: que contrastes?**

Convém partir da especificação do turismo moderno para colocar a experiência turística da pós-modernidade em perspectiva. Aquela designação alude ao modelo de turismo que prevaleceu durante a trajetória de notável expansão desse setor desde o

segundo pós-guerra, em contexto de massificação dos mercados de bens e serviços. Diferentes autores procuraram interpretar essa expansão. Krippendorf (1989), por exemplo, vinculou-a a busca de relaxamento e evasão do cotidiano na sociedade urbana e industrial, uma urgência de desligamento da rotina que só fez crescer ao longo do tempo.

Massificação e padronização são traços básicos desse 'turismo da modernidade' que se materializa em viagens organizadas e em rigidez, nos pacotes turísticos, no tocante a itinerários, duração e serviços, para não falar em destinações, que geralmente refletem o que as agências de turismo entendem serem as opções para férias e feriados (RIOJA, 2002). A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico usa a sugestiva expressão 'velho turismo' (OECD, 2003), mas a fórmula 'turismo de massa de cunho fordista' (TORRES, 2002) não soa descabida.

Falar em turismo pós-moderno significa, ao contrário, sublinhar a prática turística não massificada ou padronizada. O objeto da denominação é o conjunto de numerosos modos de consumir lazer e entretenimento, por grupos ou tipos específicos de turistas, cuja existência força reconhecer a presença significativa de uma demanda fragmentada e individualizada. Esse fazer turístico representa uma novidade nesse setor, refletindo as importantes mudanças das últimas décadas.

As alterações no turismo guardam relação com as possibilidades criadas pelos avanços tecnológicos, pois as inovações em informação e comunicação favorecem e estimulam práticas de férias e lazer segmentadas e aptas a competir em custo com formas massificadas ou padronizadas. Aspectos demográficos também têm importância, como se vê pelo surgimento de novos nichos ligados, entre outros aspectos, ao aumento na proporção de pessoas idosas. A questão dos estilos de vida da população em geral também merece realce, já que

[...] uma das mudanças significativas no mercado de viagens provém dos próprios turistas. Cada vez mais, estes buscam experiências talhadas especificamente para eles (OECD, 2003, p. 1).

#### **Estetização, estilização, simulacro: ângulos do turismo pós-moderno**

É principalmente no que tange à estetização e estilização que a problemática do turismo se entrelaça com a da pós-modernidade. Como se ressaltou, o cotidiano pós-moderno é amplamente perpassado por esses aspectos, resultando em saturação da vida social pela cultura da imagem. Expressões como arquitetura do espetáculo, sensação

de brilho superficial, prazer participativo, exibição e efemeridade, evocativas de experiências estéticas permeadas de fantasia, simulacro e volatilidade, são usadas por Harvey (1993) em referências a essa situação.

Nesse ambiente, adquire vulto a percepção de que o

[...] turista pós-moderno, caracterizado socioeconomicamente como profissional com recursos econômicos, culturais e cognitivos relevantes, inclina-se pelo simulacro dos lugares que estão fora dos cânones, onde é capaz de projetar suas demandas. Tenta escapar da estandardização e do anonimato. [...] Busca uma certa homogeneidade segmentada na medida em que as práticas turísticas se inscrevem como práticas de grupo de referência (BLASCO; PÉREZ, 2007, p. 92).

Em tal contexto, as atividades de lazer registram aumento das experiências de simulação. Cresce a assiduidade das pessoas nas visitas a parques temáticos, museus e galerias de arte, assim como no usufruto das possibilidades de consumo vinculadas aos *shopping centers*, por exemplo. Não por acaso, a oferta turística passa a refletir crescentemente esse modo de fruição do lazer e do entretenimento, cuja pedra angular é o simulacro.

É sugestivo a esse respeito o destaque dado ao assunto em longa matéria da revista *The Economist* sobre o turismo mundial. Na promoção do turismo, conforme frisado no referido texto, a

[...] solução mais inventiva é deixar [...] de lado a história e o ambiente natural e criar destinações a partir do zero. Isso permite que estas sejam construídas de forma direcionada para fazer os turistas felizes (DREAM..., 1998, p. 5).

Uma boa exemplificação dessa tendência é encontrada em Las Vegas, o paraíso estadunidense do jogo e do entretenimento, erigido quase a partir do nada em local desértico. Outra ilustração se refere a equipamentos como os parques temáticos da Disney e seus imitadores (instalados dentro e fora dos Estados Unidos), ambientes que figuram entre os

lugares típicos para aqueles que foram designados como 'pós-turistas' [...], pessoas que adotam uma orientação [...] pós-moderna diante das experiências turísticas. Os pós-turistas não têm tempo para a autenticidade e deliciam-se com a natureza simulacional e construída do turismo contemporâneo, que sabem ser apenas um jogo (FEATHERSTONE, 1995a, p. 144, grifo do autor).

Esses assim denominados pós-turistas formam coletivo que, em exercício metafórico sobre os contrastes da vida na contemporaneidade, Bauman (1998) contrapõe ao coletivo dos 'vagabundos'.

Usufruindo da mobilidade e da (aparente) autossuficiência que a disponibilidade financeira costuma outorgar, os primeiros logram visitar e conhecer lugares aos quais não pertencem. Já os vagabundos, “[...] são restos do mundo que se dedicaram aos serviços dos turistas” (BAUMAN, 1998, p. 117) e, diferentemente destes, movem-se não por conta da ‘atratividade do mundo’, mas “[...] porque acham o mundo insuportavelmente ‘inóspito’” (BAUMAN, 1998, p. 118, grifo do autor).

Assinale-se igualmente que a espetacularização do turismo também repercute em atividades e destinações que se destacam pela diversidade e mesmo pela bizarrice. Os *reality tours*, possibilitando contatos com fragmentos da realidade de diferentes países e regiões, assim se apresentam (MICHEL, 2000). Outro aspecto é que a mercadificação do cotidiano, nos termos observados por Llena (2004) em vilarejo tunisiano, por exemplo, parece constituir regra geral.

Por conseguinte, esse turismo não destoa, antes acentua, do processo geral de mercantilização da cultura, um saliente atributo da contemporaneidade (SHEPHERD, 2002). Seja como for, em praticamente todas as experiências desse tipo, o contato dos visitantes com os povos anfitriões é frequentemente mediado pelas empresas turísticas, por meio de seus programas e pacotes de entretenimento.

É verdade que parte desses turistas manifesta um interesse genuíno pela descoberta de novos e exóticos destinos e pela ‘inserção’, ou ao menos por uma maior integração, nos locais visitados, o que só faz crescer o interesse analítico pelas mudanças nas destinações turísticas (SAARINEN, 2004). O ‘turismo de alimentos’ [*food tourism*] pode ser indicado como experiência de ‘inserção’ ou ‘incorporação’ nos termos considerados (EVERETT, 2009). Apesar disso, continua predominante o espírito turístico que fez Paquot (2001) classificar o turismo como “[...] a fase monetarizada, mercantilizada, da história das viagens” (PAQUOT, 2001, p. 24).

Cabe também assinalar a tendência à realização de viagens para lugares distantes, que representam uma espécie de fuga da monotonia incrustada no cotidiano, mas sem abrir mão dos confortos da vida diária. Essa é uma importante razão pela qual se pode dizer que a experiência do exótico, e do que se afigura como diferente em relação ao dia a dia, representa, ela própria, simulação.

Esses aspectos podem ser observados em distintos casos de crescimento turístico na atualidade. Uma ilustração refere-se a Dubai, cidade

dos Emirados Árabes Unidos onde, nos últimos anos, o exotismo das corridas de camelos conviveu com o frenesi da construção civil, o desenho urbano apresentando-se transformado por choques de, por assim dizer, (pós)modernização. São eloquentes a edificação de prédio concebido para ser (até então) o mais alto do mundo e a instalação do Ski Dubai, pioneiro em *resorts* de esqui no Oriente Médio, com cinco pistas, canhões de neve artificial e vários serviços e ambientes, uma temperatura média de – 2°C opondo-se ao escaldante calor externo (ESQUIADORES..., 2007, p. F6).

Arquiteto de reputação internacional, com projetos também em Dubai, não tergiversa em entrevista sobre a trajetória turística local, iniciada nos anos 1990. Nas suas palavras, “[...] [t]rata-se de um lugar abstrato, virtual” (FOLCH, 2007, p. 10).

### **A pós-modernidade penetra na interrogação da realidade: estudando o turismo**

Falar em interrogação da realidade com respeito ao turismo significa referir a “[...] processo no qual o mundo fenomenológico do turismo é traduzido no mundo do seu conhecimento” (TRIBE, 2006, p. 362). Como ocorre em qualquer abordagem científica, essa tradução é necessariamente balizada por referências teóricas e espelha opções de teorização sobre a vida social.

### **Abordagens modernas versus abordagens pós-modernas**

Como assinalado anteriormente, a perspectiva pós-modernista recusa a ideia de que as teorias possuem validade universal, descartando as interpretações e explicações totalizantes aceitas na visão modernista. Não surpreende, desse modo, que entre os termos-chaves dos processos de conhecimento no pós-modernismo perfilam-se heterogeneidade, fragmentação, multiplicidade e indeterminação. Uma leitura pós-moderna do turismo há de se afigurar impregnada desses demarcadores da apreensão da realidade.

Mas é conveniente, para interrogar o turismo dessa maneira, colocar o ângulo pós-moderno em perspectiva. Esta é uma atitude de caráter relacional que se mostra adequada em quaisquer circunstâncias. Assim, cabe aludir primeiramente à análise moderna do turismo.

Em dois artigos que sistematizam várias contribuições ao estudo do turismo, Uriely (1997; 2005) evidencia os contrastes entre abordagens modernas e pós-modernas. As diferenças são consideráveis, pois a teorização moderna postula verdades absolutas sobre a experiência turística, ao passo que na contraparte pós-moderna as verdades são relativas e sem pretensão à exclusividade analítica e interpretativa.

Estudos da década de 1970, quando o turismo teve consolidado o seu *status* de campo específico de estudo, registram o seguinte debate sobre a natureza e o significado do turismo. Numa ótica, essa prática era considerada uma experiência limitada ao encontro com atrações inventadas para o consumo de lazer e entretenimento, como salientado, entre outros, por Turner e Ash (1975). Apresentava-se como “[...] busca [...] trivial por ‘pseudo-eventos’ e atração superficial” (URIELY, 2005, p. 208, grifo do autor) e como sintoma ou mesmo exemplo da decadência cultural exibida pelas sociedades capitalistas modernas. Em outra vertente, concebia-se “[...] a experiência turística como um significativo ritual moderno que envolve uma busca pelo autêntico” (URIELY, 1997, p. 982). Em ambas se considerava o turismo como fenômeno da modernidade, suficientemente homogêneo para autorizar a caracterização em um único tipo geral.

O antagonismo e a polêmica entre os defensores das distintas visões incluíam tentativas de deslegitimação mútua que refletiam suas convicções sobre o (quase) monopólio da verdade. Assim, embora opostas, essas abordagens compartilhavam um mesmo perfil modernista por tratar as sociedades como totalidades e as verdades como algo absoluto. Ademais, ao produzir equivocadamente retratos abrangentes, nos quais cada turista é um exemplar de um mesmo e único tipo geral, não logravam capturar a variedade que marca a prática turística.

Nas últimas décadas, a reboque da crescente diversificação do turismo, não somente passou-se a relacionar as novas formas turísticas à cultura ou experiência da pós-modernidade – enxergando-as como manifestações de um turismo pós-moderno –, como as análises começaram a exibir aspectos da teorização pós-moderna sobre a vida social. Diversas abordagens sobre experiências recentes mostram-se, de fato, crivadas por termos como multiplicidade, indeterminação, heterogeneidade e fragmentação, com diferenças de ênfase conforme os autores e as questões específicas. É nítido o distanciamento em relação às narrativas totalizantes, excludentes de proposições distintas.

Segundo Uriely (1997), dois arcabouços teóricos organizam o essencial do discurso analítico sobre o turismo pós-moderno. Um deles prioriza a questão simulacional, fonte de análises sobre experiências envolvendo simulacros como os dos parques temáticos, que representam “[...] modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, 1991, p. 8). O outro, referente a um turismo pós-moderno ‘distinto’, enfatiza a busca do ‘real’, o interesse por férias representativas de novas experiências e de vivência do ‘autêntico’,

refletindo-se na procura por destinações mais ricas em termos socioculturais e na (re)aproximação à natureza. Em ambos perfila-se a problemática da autenticidade, um conceito chave nas pesquisas sobre turismo (OLSEN, 2002).

Trata-se, como se nota, de perspectivas contrastadas. Todavia, diferentemente do que ocorre no debate moderno, em que os contendores acreditam possuir a verdade absoluta e tendem a recusar a possível validade de narrativas divergentes, o ‘pós-turismo simulacional’ e o ‘outro pós-turismo’ aparecem lado a lado nas abordagens de cunho pós-moderno, o que proporciona representações mais abrangentes.

Elementos da lógica pós-moderna, que sublinha a multiplicidade de aspectos, dimensões e sentidos, são observados, por exemplo, na crítica à ideia de que a experiência turística é estranha à vida diária. Esse postulado é caro às análises tradicionais, que consideram o turismo apto a proporcionar mudança, novidade e afastamento do cotidiano. Narrativas pós-modernas contestam essa noção, argumentando que os avanços nas tecnologias de comunicação ajudam a transformar em práticas diárias experiências antes limitadas ao fazer turístico (LASH; URRY, 1994).

Também se ressaltam as numerosas iniciativas de simulação, observadas em espaços de lazer e comércio rotineiramente frequentados, que permitem ‘contatos’ com outras realidades e culturas, um assunto chave no debate sobre a estetização das vivências habituais. O tema em foco é a ‘desdiferenciação’ do turismo, que implica aceitar como turísticas numerosas práticas da atualidade.

Sequer o entendimento de que a experiência turística se contrapõe à experiência do trabalho, comum em abordagens tradicionais sobre o turismo, escapa à crítica impregnada de perspectiva pós-modernista. O motivo é que, na atualidade, observam-se vários exemplos de interpenetração entre as órbitas do turismo e do trabalho. De fato, pode-se falar, a título de ilustração, em ‘turismo operário’ como uma modalidade turística concreta.

Há perfil igualmente pós-moderno em análises que realçam o caráter plural das experiências turísticas quanto aos significados e motivações. Esses estudos representam crítica à teorização tradicional, que costuma generalizar sobre tipos de turistas ou de turismo e homogeneizar a experiência turística em modalidades abrangentes. O realce da pluralidade envolve a criação de novas tipologias, para abarcar grandes espectros de motivações, objetivos e práticas turísticas, e também a crítica e decomposição de tipologias usualmente empregadas, seguidas de fragmentação e redesenho das categorias.

O destaque para a multiplicidade de objetivos, motivações e significados contempla tanto o turista ‘institucionalizado’ – que usa instrumentos típicos de turismo de massa praticado individualmente (como na ida por conta própria para ambientes tradicionais de férias) ou coletivamente (em excursões) – quanto o turista ‘não institucionalizado’ (mochileiros com espírito de aventura, por exemplo). Aceita-se, nesses estudos, que é preciso considerar os microtipos de turismo e que, pelo fato de um mesmo tipo de turista poder vivenciar distintas experiências num mesmo processo (viagem), não há coerência necessária entre manifestações turísticas e seu significado ‘interno’.

Tendo em vista essa pluralidade, considera-se que as verdades são múltiplas também em relação aos reflexos e consequências do turismo nas áreas receptoras. Estudos sobre países e regiões menos desenvolvidos põem frequentemente em relevo os efeitos desestruturadores em termos culturais, ambientais e socioeconômicos (LLENA, 2004; VALAYER, 1997). Mas as narrativas pós-modernas salientam a coexistência de resultados negativos e positivos, quer dizer, de desestruturação e de criação/fortalecimento de oportunidades, paralelamente.

Mesmo a disseminação da ‘forma mercadoria’, com mercadificação dos elementos locais – foco dos discursos mais críticos sobre o turismo –, não possuiria nessas abordagens aspectos somente (e/ou sempre) deletérios. O seguinte trecho de Featherstone (1995b, não paginado) é ilustrativo.

Hoje é possível comprar uma viagem de férias para passar um mês junto a uma tribo inuíte numa remota ilha do Alasca. [...] [A]s tribos inuítes incentivam o turismo porque [...] essa atividade representa uma útil fonte de renda, com a qual podem comprar armas para caçar focas e adquirir outros suprimentos. O turismo é utilizado para manter um modo de vida tradicional. Outro exemplo é [...] [o de] um povo caçador/coletor que habita o norte da ilha japonesa de Hokkaido. Com o processo de japonização e sua integração ao moderno Estado japonês, a identidade étnica [...] [local] foi rejeitada. Mas, durante a década de 70, constituiu-se um movimento cultural [...] que levou à reconstrução das aldeias e à criação de escolas autônomas para restabelecer a cultura original. Os turistas foram convidados a visitar as aldeias, assistir aos festivais e observar o modo de vida tradicional desse povo, a comprar suas comidas típicas, artesanatos etc. [...]. Neste caso, em vez de a forma mercadoria eliminar as diferenças locais, serviu para reconstituir uma identidade cultural.

## Subjetividade e autenticidade

O que se falou no parágrafo anterior remete a um importante tema da teorização pós-moderna sobre o turismo. Trata-se da subjetividade na valoração e escolha dos elementos da oferta pelos turistas, um aspecto considerado central na experiência turística. Enxergar assim a subjetividade implica situar em primeiro plano, mais do que os objetos disponibilizados aos turistas, o modo como os segundos percebem os primeiros. Qualificado como ‘produtor’ da experiência turística, o turista aparece como agente efetivo na determinação das possibilidades que a economia do turismo oferece, em vez de ser descrito como consumidor passivo.

A problemática da autenticidade adquire proeminência nessa perspectiva. Como assinalado anteriormente, essa questão desponta no embate entre posições críticas ao turismo, opondo as que veem nas atividades turísticas uma busca por atrações inventadas, superficiais e triviais, podendo até representar decadência cultural, às que enxergam nessas práticas a procura de efetiva autenticidade. Todavia, como sublinha Uriely (2005), autenticidade em turismo não é questão que admite um único tipo de enfoque. O autor fala, com efeito, em:

- autenticidade objetiva, vinculada ao caráter original, genuíno, dos objetos visitados, uma noção que inspira argumentos tanto de crítica ao turismo como de sua defesa; permeada pelo que se pode denominar de ‘lógica de museu’ – apreciação de artefatos e ruínas trazidos à luz pelas descobertas arqueológicas –, a experiência turística mostra-se genuína se os objetos são intrinsecamente autênticos; como a autenticidade é inerente (e restrita) a estes, não há interferência da conduta ou do julgamento dos turistas na sua determinação;

- autenticidade construtiva, ‘construída’ por turistas e por agentes da oferta turística, numa constituição recíproca entre experiências autênticas e objetos genuínos de exibição turística; o papel dos indivíduos na ‘construção’ dos atributos dos objetos tem importância nessa perspectiva; abordagem ilustrativa é um artigo de Salamone (1997) sobre famoso restaurante da Cidade do México (*San Angel Inn*) – em antigo monastério carmelita cujas fundações integraram fazenda do século XVII – e sua réplica na *Disney World*: o autor argumenta que, cada uma a seu modo, ambas as versões são autênticas;

- autenticidade existencial, que remete “[...] a um potencial estado de ser [...] ativado pelas práticas de participação” (URIELY, 2005, p. 207); considerada central na explicação da experiência turística em vários casos (WANG, 1999), essa autenticidade

desponta em estudos sobre o interesse das pessoas por atrações que, sabidamente, são apenas representações ou simulacros (KIM; JAMAL, 2007), e também em tentativas de compreensão das razões e maneiras pelas quais o turismo promove o encontro das primeiras com a sua própria e íntima autenticidade (STEINER; REISINGER, 2006).

Estudos sobre práticas turísticas motivadas por atributos históricos e com conteúdo de nostalgia, como o *heritage tourism* (NURYANTI, 1996), costumam registrar a presença forte do tema referente à subjetividade. Uma boa ilustração é o turismo ligado à herança viking na Europa, com museus, parques temáticos e vilarejos reconstruídos (HALEWOOD; HANNAM, 2001). Há trabalhos que destacam os elementos da oferta turística, estudando o modo como atrações na forma de heranças do passado são administradas e mantidas, como o artigo de Hampton (2005) sobre localidade em Java (abordando questões de poder, controle e participação comunitária) representando uma interessante exemplificação. Todavia, é ao nível dos indivíduos, com suas subjetividades e condutas pessoais, que se deve procurar os elementos centrais do *heritage tourism*, razão pela qual as abordagens restritas à oferta turística revelam-se incompletas.

As questões de história e nostalgia no turismo se entrelaçam facilmente com as da autenticidade existencial. Os turistas podem compreender melhor a si próprios a partir de visitas em locais com conteúdos históricos densos e aptos a provocar lembranças, uma possibilidade que, em si mesma, constitui atrativo turístico.

O destino finlandês organizado em torno da figura do Papai Noel [*Santa Claus*] é um caso em questão. Apesar de ser um simulacro sem atenuantes, esse turismo, nutrido por estratégia designada Terra do Papai Noel [*Santa Claus Land*], com *marketing* e atrações turísticas correspondentes, afeta a imaginação e o espírito (PRETES, 1995). De fato, a experiência do Natal, com o impregnado sentido de nostalgia, exerce um forte e intangível fascínio, do que decorre a procura turística não obstante a reconhecida (e dupla) falsificação: a figura do Papai Noel e a ideia de Terra do Papai Noel, um simulacro escorado em outro.

O que se quer dizer sobre esse estado de espírito é magistralmente focalizado em texto de Jorge Luis Borges intitulado *O simulacro* (BORGES, 1999), ambientado num pobre e remoto povoado do norte argentino quando da morte de Eva Perón, em junho de 1952. Na narrativa, surge nesse vilarejo um homem enlutado que, com a ajuda de mulheres da localidade, organiza o velório de uma boneca loura acomodada em caixa de papelão circundada por

flores e velas acesas. Os habitantes comparecem em fila, consternados, dando pêsames ao homem e chamando-o de General, que agradece com tristeza e ar de resignação. Ao lado, uma lata recolhe a quota de dois pesos depositada individualmente pelos passantes. Diz o escritor: “[...] as pessoas o tratavam com deferência, não por ele, mas pelo que representava ou era agora” (BORGES, 1999, p. 186). Sarlo (2005) fala das condições para que

[...] o engano ou a representação alucinada, embora sincera, aconteça. Aos olhos daquela gente, a boneca loura já não é uma pobre imitação [...]. [É] ‘um pouco’ Eva, sem sê-lo (SARLO, 2005, p. 111, grifo do autor).

## Conclusão

A socioeconomia do turismo desponta na reflexão sobre a vida social na pós-modernidade. Isso não é fortuito. Expandindo-se desde meados do século XX, o turismo acabou “[...] incorporado numa economia simbólica de representações comercializáveis” (GIBSON, 2010, p. 521), suas mudanças afetando, certamente, as políticas de desenvolvimento associadas ao setor: por exemplo, incorporar os sentidos de multiplicidade e heterogeneidade pode diversificar as ocupações e as formas de geração de renda. A própria formação profissional para o turismo deve absorver elementos da pós-modernização, conforme Trigo (1998), revelando-se crucial o respeito à pluralidade, seja no desenho dessa formação ou na subjacente visão de mundo.

## Referências

- ARBEX JR., J.; TOGNOLI, C. J. **Mundo pós-moderno**. São Paulo: Scipione, 1996.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire**: um lírico no auge do capitalismo. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BERMAN, M. **Tudo o que sólido desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- BLASCO, E. F.; PÉREZ, M. A. Análise socioeconômica da demanda turística dos espanhóis. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 7, n. 1, p. 88-103, 2007.
- BORGES, J. L. O simulacro. In: BORGES, J. L. **Obras completas de Jorge Luis Borges**. São Paulo: Globo, 1999. v. 2, p. 186.
- DREAM factories. **The Economist**, p. 3-16, Jan. 10th, 1998. (A Survey of Travel and Tourism).

- EAGLETON, T. **Depois da teoria: um olhar sobre os Estudos Culturais e o pós-modernismo.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- ESQUIADORES deslizam na neve em pista cravada no deserto. **Folha de S. Paulo**, 11 out., 2007. p. F6. (Turismo).
- EVERETT, S. Beyond the visual gaze? The pursuit of an embodied experience through food tourism. **Tourist Studies**, v. 8, n. 3, p. 337-358, 2009.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995a.
- FEATHERSTONE, M. A globalização da complexidade: pós-modernismo e cultura do consumo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS. 19., 1995, Caxambu. **Anais...** Caxambu: ANPOCS, 1995b, s/p.
- FOLCH, I. V. Negócio das arábias. **Folha de S. Paulo**, Mais!, 5 ago., 2007. p. 10.
- GIBSON, C. Geographies of tourism: (un)ethical encounters. **Progress in Human Geography**, v. 34, n. 4, p. 521-527, 2010.
- GIDDENS, A. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Unesp, 1991.
- HABERMAS, J. Modernidade versus pós-modernidade. **Arte em Revista**, v. 5, n. 7, p. 86-90, 1983.
- HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade.** Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.
- HALEWOOD, C.; HANNAM, K. Viking heritage tourism: authenticity and commodification. **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 3, p. 565-580, 2001.
- HAMPTON, M. P. Heritage, local communities and economic development. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 3, p. 735-759, 2005.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 1993.
- HUYSSSEN, A. Mapeando o pós-moderno. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pós-modernismo e política.** Rio de Janeiro: Rocco, 1991. p. 15-80.
- JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio.** 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.
- JAMESON, F. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização.** Petrópolis: Vozes, 2001.
- KARL, F. R. **Moderno e modernismo.** Rio de Janeiro: Imago, 1988.
- KIM, H.; JAMAL, T. Touristic quest for existential authenticity. **Annals of Tourism Research**, v. 34, n. 1, p. 181-201, 2007.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LASH, S.; URRY, J. **Economics of sign and space.** London: Sage, 1994.
- LLENA, C. Tozeur, ravagée par le tourisme. **Le Monde Diplomatique**, n. 604, p. 19, Jui., 2004.
- LYOTARD, J.-F. **A condição pós-moderna.** 8. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2004.
- MICHEL, F. Tourisme moderne entre misère et business. **Le Monde Diplomatique**, n. 557, p. 21, Août, 2000.
- NURYANTI, W. Heritage and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 2, p. 249-260, 1996.
- OECD-Organisation for Economic Co-operation and Development. **Conference on Innovation and Growth in Tourism.** Lugano: OECD, 2003.
- OLSEN, K. Authenticity as a concept in tourist research. **Tourist Studies**, v. 2, n. 2, p. 159-182, 2002.
- PAQUOT, T. La tyrannie douce de l'air conditionné. **Le Monde Diplomatique**, n. 568, p. 24, 2001.
- PRETES, M. Postmodern tourism: the Santa Claus industry. **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 1, p. 1-15, 1995.
- RIOJA, M. C. Tipología de la demanda turística española. El turista posmoderno y las tecnologías de la información. In: CONGRESO TURISMO Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, 4., 2002, Universidad de Málaga. **Anais...** Málaga: Universidad de Málaga, 2002, s/p.
- ROUANET, S. P. **Mal-estar na modernidade: ensaios.** São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- SAARINEN, J. "Destinations in change": the transformation process of tourist destinations. **Tourist Studies**, v. 4, n. 2, p. 161-179, 2004.
- SALAMONE, F. A. Authenticity in tourism: the San Angel Inns. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 2, p. 305-312, 1997.
- SARLO, B. **A paixão e a exceção: Borges, Eva Perón, Montoneros.** São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- SHEPHERD, R. Commodification, culture and tourism. **Tourist Studies**, v. 2, n. 2, p. 183-201, 2002.
- STEINER, C. J.; REISINGER, Y. Understanding existential authenticity. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 299-318, 2006.
- TORRES, R. Cancun's tourism development from a Fordist spectrum of analysis. **Tourist Studies**, v. 2, n. 1, p. 87-116, 2002.
- TRIBE, J. The truth about tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 360-381, 2006.
- TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** Campinas: Papirus, 1998.
- TURNER, L.; ASH, J. **The golden hordes.** London: Constable, 1975.
- URIELY, N. Theories of modern and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 4, p. 982-985, 1997.
- URIELY, N. The tourist experience: conceptual developments. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 1, p. 199-216, 2005.
- VALAYER, D. Pour une révolution du tourisme. **Le Monde Diplomatique**, n. 519, p. 32, 1997.
- VATTIMO, G. **O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna.** São Paulo: Martins Fontes, 1996.

WALLERSTEIN, I. **Capitalismo histórico e civilização capitalista**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

WANG, N. Rethinking authenticity in tourist experience. **Annals of Tourist Research**, v. 26, n. 2, p. 349-370, 1999.

*Received on February 26, 2013.*

*Accepted on June 17, 2013.*

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.