

## TURISMO EM TEMPOS DE MODERNIDADE LÍQUIDA

Marcelo Stepherson Alvarenga Ribeiro\*

**Resumo:** O texto que segue tem o intuito de relacionar a modernidade líquida com a questão do turismo, pensar as transformações que desembocam na atualidade e questionar como o turismo lida com estas interrogações. O trabalho será desenvolvido tendo em vista a liquidez da modernidade, assim como seu lado fluido, estabelecendo um diálogo com as práticas que os turistas desenvolvem numa sociedade cada vez mais superficial. Utilizarei de leituras de textos filosóficos, assim como de uma reflexão comparativa com as práticas da atividade turística, um dos resultados que tenho em vista é traçar um perfil do turista, onde poderá auxiliar a ter uma visão mais ampla desta prática no nosso tempo. Como conclusão, questionar as próprias práticas do turismo, levando a ter práticas menos superficiais e que possa dialogar com o ser, tendo um horizonte de atuação mais amplo.

**Palavras-chave:** Pós-modernidade; Modernidade líquida; Turismo.

## TOURISM IN TIMES OF LIQUID MODERNITY

**Abstract:** This paper aims to relate net modernity to the question of tourism, to think about the transformations that lead to the present and to question how tourism deals with these questions. The paper will be developed in view of the liquidity of modernity, as well as its fluid side, establishing a dialogue with the practices that tourists develop in an increasingly superficial society. I have used readings of philosophical texts, as well as a comparative reflection with the practices of the tourist activity, one of the results that I have in view is to draw a profile of the tourist, where it can help to have a broader view of this practice in our time. As a conclusion, to question the practices of tourism itself, leading to less superficial practices and a better dialogue with being.

**Keywords:** Post modernity; Liquid modernity; Tourism.

## TURISMO EN TIEMPOS DE MODERNIDAD LÍQUIDA

**Resumen:** El artículo relaciona la modernidad líquida con el turismo, a partir de las transformaciones que desembocan en la actualidad y cuestionar cómo el turismo se ocupa de estos interrogantes. Se desarrolla teniendo en cuenta la liquidez de la modernidad, así como su lado fluido, estableciendo un diálogo con las prácticas que los turistas desarrollan en una sociedad cada vez más superficial. De la lectura de los textos filosóficos, así como de una reflexión comparativa con las prácticas de la actividad turística, se traza el arquetipo del turista postmoderno, que podrá auxiliar a tener una visión más amplia de esta práctica en nuestro tiempo. Como conclusión, se cuestiona las propias prácticas del turismo, llevando a tener prácticas menos superficiais y que pueda dialogar con el ser, teniendo un horizonte de actuación más amplio.

**Palabras clave:** Postmodernidad; Modernidad líquida; turismo.



Licenciada por *Creative Commons*  
Atribuição Não Comercial / Sem  
Derivações/ 4.0 / Internacional

\* Filósofo, escritor e poeta. Bacharel em filosofia e teologia pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais /Centro Universitário Assunção. Especialista em Filosofia Contemporânea (Centro Universitário Assunção). Candidato ao mestrado em Filosofia pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Pesquisador vinculado ao projeto “Análise da Cadeia Produtiva do Turismo em Juiz de Fora/MG: proposições de rearranjo e integração sistêmica”. Professor na rede de ensino básico e médio há mais de 10 anos. Endereço: Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Minas Gerais / Brasil. R. José Lourenço Kelmer, São Pedro. CEP.:36036-330. [[celouff@gmail.com](mailto:celouff@gmail.com)]

## 1 INTRODUÇÃO

Independente da terminologia adotada<sup>1</sup>, modernidade (tardia) ou pós-modernidade, hodiernamente é inquestionável que vivemos em uma época de profundas transformações estruturais nas sociedades, em que não sabemos onde estamos e aonde iremos chegar, o que era cristalizado como forma de pensamento e erguido como uma pilastra de leis deixa de ser em uma fração de segundos, e o tempo-espaço escorre pelas mãos, tudo é questionado e posto a prova, o espaço que era feito para lidar com um determinado tempo, deixa de ser tão linear, para se tornar relativo e pensado quanticamente, o homem tem que lidar com um consumismo desenfreado que vai mostrando os parâmetros do que deve ser feito, estamos no mundo das transformações, sem saber qual caminho seguir e questionamos se há um caminho.

Essas transformações são onipresentes, atingem a todos os indivíduos e esferas das sociedades – educação, saúde, tecnologia, meio ambiente, economia, etc. – e inclusive o turismo, que lida diariamente com os desejos e prazeres que as pessoas querem desfrutar diante de uma vida que muitas vezes mostra os seus caracteres de obrigações e afazeres cotidianos para cumprir. Atividade voltada para propiciar o bem-estar, almejando lidar com o que as pessoas podem fazer com seu tempo livre, com sua vida nos momentos em que pode escolher suas vivências, ou pelo menos tem esta percepção.

Cada vez mais o turismo cresce nas sociedades contemporâneas e, por outra parte, porque ele se beneficia delas. Sendo propício ao consumo, o turismo dialoga bem com os desejos do homem atual. Particularmente, esta esfera social (ou setor econômico) parece ter uma ampla adesão a essas transformações, porque o turismo cada vez cresce mais nas sociedades contemporâneas, são bilhões de turistas por ano, promovendo um grande crescimento dos Produtos Internos Brutos (PIB's) de várias nações e movimentando o comércio, com tantas compras que são realizadas, desde *souvenires* a hotéis de luxo, passando por gêneros alimentícios e toda uma gama de pessoas treinadas e remuneradas para atender o seu público esperado.

Ainda que não tenha nascido na pós-modernidade, o turismo se beneficia, se desenvolve e também retroalimenta a estrutura de referência do

imaginário pós-moderno nas sociedades (cf. Bauman, Maffesoli, Arnaiz, para citar alguns). Mas, a grande questão subjacente seria saber se há, e qual seria o *ethos* do turismo no contexto contemporâneo (pós-moderno)?

Partimos da premissa de que quanto mais, podemos dialogar com o nosso tempo, melhor poderemos lidar com os fenômenos que aparecem a nossa frente, discutir com a modernidade é ver melhor para ter uma ação mais assertiva e proativa nas demandas que a vida nos oferece a cada momento existencial. Neste ponto, podemos questionar, pesquisar e refletir sobre qual filosofia poderia caracterizar nossa época para que possamos dar conta de explicar esta modernidade. Qual filosofia poderia caracterizar (ou daria conta de explicar) a nossa época.

Dialogar com nosso tempo é perceber bem onde estamos inseridos e com uma visão mais periférica, dar uma resposta mais elucidativa para o nosso momento. Para se enxergar melhor um tempo do qual somos “filhos” e construtores, podemos contar com a sabedoria filosófica, que tem como um de seus símbolos a Coruja de Minerva, com seu olhar apurado da realidade, ao mesmo tempo e proporção que se afasta de determinada realidade consegue vê-la melhor, que se dispõe a analisar, pensar e refletir sobre suas práticas. O filósofo contemporâneo, Giorgio Agambem, trabalha este conceito de olhar o que é o contemporâneo.

Pertence verdadeiramente ao seu tempo, verdadeiramente contemporâneo aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado às suas pretensões e é, portanto, nesse sentido, inatual; mas, exatamente por isso, exatamente através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz, mais do que os outros, de perceber e apreender o seu tempo. (Agambem, 2009, p.58)

A partir de uma visão do turismo com suas estruturas características acentuadas na pós-modernidade, uma reflexão de fundo filosófica seria pensar que tipo de pensamentos que daria conta de melhor caracterizar este tipo de discussão? O objetivo deste texto é discutir o papel da filosofia moral da pós-modernidade, a partir de algumas de suas características centrais, como guia de ações sociais, práticas e comportamentos humanos e, em particular,

aspectos que os autores estão relacionando em sua análise histórica e filosófica, assim como uma percepção artística que delimita o que é este período e suas características vigentes.

---

<sup>1</sup> Enquanto alguns chamam de modernidade tardia (Habermas) outros de pós-modernidade (Lipovestiky, Lyotard, Havey, Bauman, estas nomenclaturas variam de acordo com a ênfase e com os

no turismo, evidenciando como o *zeitgeist* se manifesta em práticas e as ações particulares do turismo. Especificamente pretende-se discutir o pensamento de Zigmunt Bauman, em particular, sua concepção de modernidade líquida, e como ele traz novas categorias analíticas que são propícias para dar conta dos novos fatos sociais, em particular no turismo dentre os quais iremos destacar aqui: (1) *não aderência a valores fixos*, (2) *formas de atuação (manifestação visual) em redes (sociais, virtuais, etc.)*, (3) *aceleração e mudança das práticas sociais*, (4) *hipervalorização do consumo turístico* (inclusive como forma de status social).

Assim, o argumento central aqui defendido é o de que a pós-modernidade, em particular a visão de modernidade líquida de Bauman, caracterizaria de forma adequada o *zeitgeist* da contemporaneidade e, particularmente o *ethos* do turismo, sendo propícia ao desenvolvimento deste, já que o mesmo traz em seu bojo elementos que caracterizam uma nova forma de ser e estar no mundo, o que, por sua vez tende a se refletir no campo turístico.

## 2. PÓS-MODERNIDADE E MODERNIDADE LÍQUIDA: CARACTERÍSTICAS CENTRAIS

### 2.1 Pós-Modernidade

Somos sempre “filhos de um tempo”, se pensar, por exemplo, na Idade Média, precisamos nos situar em um momento histórico em que o tempo “andava devagar”, onde a expectativa de vida era muito baixa e a solidez da vida se mostrava em eventos fixos por uma condição de vida que se mostrava em eventos fixos por uma condição social e existencial. Havia uma vivência mais estagnada no que se refere aos objetos e metafisicamente o mundo era dado com seus parâmetros bem definidos.

Atualmente vivemos o pós-moderno, termo popularizado em 1979, pelo pensador francês Jean-François Lyotard (1924-1998). Segundo Vandenberghe (2014), as raízes do pós-moderno jazem na crise intelectual do marxismo ocidental. Como um sintoma de seu tempo, ele expressa

[...] uma descrença geral nas filosofias da história que prometem um futuro radiante, que ainda são cúmplices na perpetuação do presente. O pós-modernismo evita qualquer referência a “mecanismos causais” subjacentes que produzem fenômenos, às “estruturas profundas” que controlam os eventos ou a “grandes narrativas” que conduzem a história.

Evitando a profundidade e promovendo a superficialidade, ele se prende à superfície das coisas e dos discursos, coisas-como-textos, e permanece aí. Apesar de sua repetitiva denúncia de todos os discursos autoritários, ele baseia-se fortemente numa série de injunções antifilosóficas que vão contra o espírito do realismo crítico. (Vandenberghe. 2014 p.9 – tradução livre).

Com o benefício da retrospectiva, podemos agora entender o “*postmodernism*” como um movimento iniciado na arquitetura e nas artes, como uma tentativa sistemática de trazer assuntos estéticos para dentro da filosofia, em geral e para a epistemologia, em particular. O problema é que, quando essa motivação estética, que considera toda representação como uma possível representação da realidade, é estendida às ciências, a ontologia resvala na ‘filosofia decorativa’ onde a realidade não é tida como uma pressuposição da ciência mas um ‘pro-jeto’ (‘pro-ject’) e ‘produto’ de suas re/presentações. Como nas artes, os discursos científicos (textos sem autores) são tidos como performativos da realidade que eles mesmos descrevem. Debaixo do discurso, fora do texto, nas entrelinhas, não há nada, de acordo com os pós-modernistas, mas no texto (Vandenberghe, 2014).

A Pós-modernidade se apresenta ao lado dos movimentos artísticos, estes que dão um caráter e sentido renovado para as formas de institucionalização do saber, assim como na esfera filosófica do ser, o universo da arte revela aspectos fundamentais desta “nova humanidade” baseada no sentido de vivência presentificada em suas ações cotidianas. Segundo Jameson:

Reações específicas a formas canônicas da modernidade, opondo-se a seu domínio na Universidade, nos museus, no circuito das galerias da arte e nas fundações e pela dissolução de algumas fronteiras e divisões fundamentais, notadamente o desgaste da velha distinção entre cultura erudita e cultura popular. (Jameson, 1985, p. 21).

O autor também trabalha em outra perspectiva que é a junção de várias teorias, unindo aspectos da filosofia, sociologia, psiquiatria e ciência política, este fator pode ser visto nas literaturas europeias, onde podemos encontrar como exemplo o pensamento de Foucault. O saber se torna sem fronteiras, mas há ainda outro que poderíamos levantar que é a questão do senso comum cada vez mais ganhando espaço em

mídias e locais de formação de opinião, onde um participante do *Big Brother* pode se tornar uma celebridade que opina sobre diversos assuntos.

As origens do termo pós-moderno retomam o pensamento de Anderson (1988), em sua obra *As Origens da Pós-modernidade*. Nela o autor faz uma análise do começo deste significado, assim como se deu sua cristalização, nos dando elementos essenciais do que é esta era que a sociedade esta cada vez mais inserida e envolvida. Sendo usado pela primeira vez na Espanha, nos anos trinta.

Foi um amigo de Unamuno e Ortega, Federico de Onís, quem imprimiu o termo postmodernism. Usou-o para descrever um reflexo conservador dentro do próprio modernismo: a busca de refúgio contra o seu formidável desafio lírico num perfeccionismo do detalhe e do humor irônico, em surdina, cuja principal característica foi a nova expressão autêntica que concedeu às mulheres (Anderson, 1999, p.10).

A expressão pós-moderno teve seu cunho firmado somente na década de cinquenta, na Inglaterra e Estados Unidos:

Só uns vinte anos depois o termo surgiu no mundo anglófono, num contexto bem diferente – como categoria de época e não de estética. No primeiro volume do seu *Study of History*, também publicado em 1934, Arnold Toynbee argumentava que duas poderosas forças concorreram para moldar a história recente do Ocidente: o industrialismo e o nacionalismo (Anderson, 1999, p.10).

A solidificação do termo só se cunhou a partir dos anos setenta com a arte, revelando um momento crucial, que se reflete em decorrência do capitalismo pós-industrial. Lypovestky “A fines de los años setenta se introdujo en la escena intelectual el concepto de posmodernidad para calificar la nueva situación cultural de las sociedades desarrolladas”. (Lypovestky, 2004, p.51). A historicidade do termo sempre é acompanhada por um viés artístico, este se torna um dos paradigmas fundantes desta nova ordem mundial, nos anos dois mil, com a popularização das redes sociais, cada vez mais vivemos numa sociedade de espetáculo.

O pensador David Harvey, em sua obra *A condição pós-moderna*, enumerou uma lista extensa de categoria que demarcam a fronteira entre modernidade e pós modernidade. Dentre as quais

podemos destacar aqui como sendo uteis para o desenvolvimento da argumentação de trabalho as categorias:

**Quadro: características da pós-modernidade segundo Harvey.**

<i>Modernismo</i>	<i>Pós-Modernismo</i>
<i>romanticismo / simbolismo</i>	<i>patafísica/dadaísmo</i>
<i>forma (conjuntiva, fechada)</i>	<i>antiforma (disjuntiva, aberta)</i>
<i>propósito</i>	<i>jogo</i>
<i>desenho</i>	<i>azar</i>
<i>hierarquia</i>	<i>anarquia</i>
<i>destreza / logos</i>	<i>esgotamento / silêncio</i>
<i>objeto de arte / obra</i>	<i>processo/performance/</i>
<i>terminada</i>	<i>happening</i>
<i>distância</i>	<i>participação</i>
<i>criação / totalização / síntese</i>	<i>destruição / antítese</i>
<i>projeto</i>	<i>significante</i>
<i>presença</i>	<i>ausência</i>
<i>centramento</i>	<i>dispersão</i>
<i>gênero / fronteira</i>	<i>texto / intertexto</i>
<i>semântica</i>	<i>retórica</i>
<i>paradigma</i>	<i>sintagma</i>
<i>metáfora</i>	<i>metonímia</i>
<i>seleção</i>	<i>combinação</i>
<i>raiz / profundidade</i>	<i>rizoma / superfície</i>
<i>interpretação</i>	<i>não interpretação / equívoco</i>
<i>significado</i>	<i>significante</i>
<i>legível</i>	<i>gravável</i>
<i>relato / grande história</i>	<i>anti-relato / história pequena</i>
<i>código mestre</i>	<i>idíoleto</i>
<i>sintoma</i>	<i>desejo</i>
<i>tipo</i>	<i>mutante</i>
<i>genital / fálico</i>	<i>polimorfo / andrógeno</i>
<i>paranoia</i>	<i>esquizofrenia</i>
<i>origem / causa</i>	<i>pegada diferença</i>
<i>Deus Pai</i>	<i>Espírito Santo</i>
<i>metafísica</i>	<i>ironia</i>
<i>determinação</i>	<i>indeterminação</i>
<i>transcendência</i>	<i>imanência</i>

Fonte: Reproduzido de Harvey (2009, p. 60 – tradução livre).

David Harvey vai trabalhar na questão do tempo e do espaço na pós-modernidade, sendo que este aspecto foi profundamente marcado pelas mudanças ocorridas pela sociedade dita por pós-industrial, passada as mudanças feitas pelos sistemas fordistas e toyotistas, onde o tempo começou a ter um novo significado, o tempo da fábrica começou a dar uma “cara” nova para a constituição do cotidiano das pessoas, chegando ao momento da pós-modernidade como uma grande “correria”, termo muito usado em megalópoles, visto que cada vez mais, o capitalismo com suas exigências e vontades de mercado deseja uma maior produção e com isto a vida vai se tornando cada vez mais um correr contra o tempo, visto que tudo tende a mudar de forma muito rápida, neste sentido cita Harvey:

O "tempo de vida" desses serviços (uma visita a um museu, ir a um concerto de rock ou ao cinema, assistir a palestras ou frequentar clubes), embora difícil de estimar, é bem menor do que o de um automóvel ou de uma máquina de lavar. Como há limites para a acumulação e para o giro de bens físicos (mesmo levando em conta os famosos seiscentos pares de sapatos de Imelda Marcos), faz sentido que os capitalistas se voltem para o fornecimento de serviços bastante efêmeros em termos de consumo. Essa busca pode estar na raiz da rápida penetração capitalista, (Havey, 2009, p. 258).

Os bens de consumo tendem a ser cada vez mais supérfluos, onde um celular pode mudar tão rápido quanto a vontade de fazer algo diferente, ou ter novas experiências de um consumista, o consumo influencia de forma correspondente ao tempo e espaço que não é sentido como o mesmo de um homem moderno, onde cada experiência era vivida com um andar mais lento.

Dentre os muitos desenvolvimentos da arena do consumo, dois têm particular importância. A mobilização da moda em mercados de massa (em oposição a mercados de elite) forneceu um meio de acelerar o ritmo do consumo não somente em termos de roupas, ornamentos e decoração, mas também numa ampla gama de estilos de vida e atividades de recreação (hábitos de lazer e de esporte, estilos de música pop, videocassetes e jogos infantis etc.). Uma segunda tendência foi a passagem do consumo de bens para o consumo de serviços - não apenas serviços pessoais, comerciais, educacionais e de saúde, como também de diversão, de espetáculos, eventos e distrações. (Harvey, 2009, p. 258).

Seguindo a linha de pensamento desenvolvida por David Harvey, poderíamos seguir os autores que discutem estas questões, sendo pontos-chaves para podermos analisar o homem pós-moderno.

O pensador Lyotard irá analisar a questão da moralidade na pós-modernidade de forma a repensar o lugar do homem num sentido ético, onde a alteridade poderia ser revista. O filósofo irá partir de uma análise da moral no sentido da queda das grandes meta-narrativas, sendo que na modernidade estas eram como setas que dirigiam a humanidade e seus parâmetros para se pensar o lugar do homem, assim como o lugar onde queria se chegar, eram "vozes" que ecoavam, que davam sentido existencial, como uma moral, um fazer que leva a determinadas

consequências, o sentido de causa-efeito era visto com naturalidade e parâmetros metafísicos ditavam as regras do ser. Porém, a pós-modernidade veio romper com estas tradições, as metanarrativas, viraram uma anti-narrativa, e a metafísica, por sua vez, uma ironia, sendo assim o homem cada vez mais perde seu espaço dentro de um mundo que não sabe de sua finalidade e de seus "porquês" existenciais. Segundo Lyotard:

O artista ou escritor pós-moderno está na posição de filósofo: o texto que ele escreve ou a obra que ele cria não é, em princípio, governada por regras preestabelecidas e não pode ser julgada de acordo com um julgamento determinante pela aplicação de categorias dadas para este texto ou obra. Estas regras e categorias são o que a obra ou o texto estão investigando (Lyotard, 2004, p. 8).

O fim das metanarrativas nos deixa numa condição que não nos vemos em regras pré-estabelecidas, onde não há absolutos para que possamos ser guiados e orientados. Neste sentido nos salienta Keith Jenkins "Nenhum absoluto moral transcende o cotidiano" (Jenkins, 2004, p. 97), sendo assim a ética fica à deriva, cada pessoa começa a ver o que é certo para si, havendo uma grande confusão no reino da moral.

A questão do consumo segue uma análise de Jameson, crítico literário e teórico marxista, conhecido por sua análise da cultura contemporânea e da pós-modernidade, pensa no consumismo no sentido de que a união pós-moderna, assim como suas tomadas de discurso foi mantida por uma colonização da esfera cultural, onde trabalha com os aspectos do capitalismo na cultura das artes sendo esta arquitetônica, em filmes, narrativas e artes visuais, segundo seu pensamento:

Uma das práticas ou traços mais importantes da pós-modernidade hoje é o pastiche. Preciso primeiro explicar este termo que as pessoas tendem em geral a confundir ou a assimilar ao fenômeno verbal afirm que é a paródia. Tanto pastiche quanto paródia envolvem imitação ou, melhor ainda, o mimetismo de outros estilos, particularmente dos maneirismos e tiques estilísticos de outros estilos (Jameson, p. 21).

O pensador alerta sobre o consumo desenfreado da arte, assim como se estende este lado consumista por outras esferas da vida, onde a análise do consumo esta numa analogia ao esquizofrenismo, em que a pessoa consome tanto, e sempre imitando outra que

perde sua identidade real, seu sentido de consumir algo, se perdendo em um mar de ilusões; o capitalismo vende a arte e esta é consumida sem pensar na essência ou significado de algo, o consumo se estende para todas as esferas existenciais como algo que precisa, para o pós-moderno de ser ingerido numa rapidez e mudança excessiva, gerando um desconforto em estar em si mesmo.

Bauman vai interpretar a sociedade com o conceito de turista e vagabundo onde o homem da modernidade líquida se vê ora como um turista ora como vagabundo no sentido de que “passa” pela vida sem criar laços e sem se situar em um local, é com a metáfora do turista que mostra o ser humano andando pela vida sem saber ao certo seu destino e o porto ao qual se quer chegar. Esta situação se torna complexa quando não se vê enraizado, onde qualquer coisa serve, sem fundamentos para sua existência, esta reflexão ilustra bem a condição do homem na modernidade líquida. Segundo Bauman (1998, p, 114):

A figura do turista é a epítome dessa evitação. De fato, os turistas que valem o que comem são os mestres supremos da arte de misturar os sólidos e desprender o fixo. Antes e acima de tudo, eles realizam a façanha de não pertencer ao lugar que podem estar visitando: é deles o milagre de estar dentro e fora do lugar ao mesmo tempo. O turista guarda sua distância, e veda a distância de se reduzir à proximidade. É como se cada um deles estivesse trancado numa bolha de osmose firmemente controlada; só coisas tais como as que o ocupante da bolha aceita podem verter para dentro, só coisas tais como as que ele ou ela permitem sair podem vazar. Dentro da bolha o turista pode sentir-se seguro.

O filósofo deixa claro na metáfora e análise que o homem se sente como numa bolha, onde o de fora não tem importância, aí reside um individualismo extremo, uma fonte de estar a sós e passar pela vida sem olhar para o próximo, sem se relacionar, vivendo num ambiente como um turista que está em um local sem manter contato com os outros, ou melhor, tendo uma indiferença total, onde deixa claro que minha situação e relação é o não sentir nada em relação ao que se está vendo, vemos viajantes que não se importam com a comunidade local, onde se inserem em pacotes fechados, onde o hotel e os pontos turísticos são importantes, aliás, só existe esta relação e o olhar do outro seria como mais uma atração, tudo virá um espetáculo, se esquecendo que aquele outro, é um ser de relação.

O *tempo* na concepção e perspectiva da pós-modernidade possui uma interferência na vida social de forma muito significativa, se antes este aspecto era trabalhado numa visão de sentido teleológica, onde as fases da vida e o fazer dos atores sociais estavam bem definidos, hoje há uma falta de consentimento de como viver os diferentes momentos da existência humana, assim como os ritos que deixam de ganhar seu status de moderador delimitando traços típicos da história das pessoas e da sociedade, há uma “falta de tempo”, diante de tantos consumos e fazeres que a pessoa se perde numa *correria desenfreada e numa busca incessante por algo que não está tão claro para sua existência*.

A *falta de sentido* é uma marca profunda, o caminho, que era percorrido pelas grandes narrativas que ditavam o lugar aonde se chegar e como se percorrê-lo, perde seu sentido, tendo um questionamento de todos os valores que eram colocados e solidificados como marcos de ação, o novo sempre bate as portas do homem contemporâneo, o turismo trabalha esta questão ao abordar o que fazer, como se construir, para onde ir, sendo que o lugar que se vai fazer turismo tem uma importância no sentido como “se escolher”, o que e como quero ser, como farei minha própria vida, se o homem contemporâneo, pode “vestir se” de uma ideologia e no mesmo dia se desfazer desta e procurar outro discurso para se dirigir na vida. As pessoas querem experiências novas, experimentar ser de outro jeito, ir em lugares que viram de forma superficial, mas acham que ali encontrará o prazer de fruir em suas próprias escolhas.

Nesse âmbito também há um diálogo profundo com o *consumismo*, que a prática do turismo tanto preza, é uma atividade programada para consumir, para ser algo rápido, experiências significativas, ou não, em um curto espaço de tempo, que deve ser toda programada para que haja um nível alto de satisfação para um público que quer consumir para se sentir com o ser, o consumo na atualidade esta totalmente voltada para cobrir uma falta de sentido enorme que as pessoas vivem em seus afazeres cotidianos, sair, viajar, estar conectado em outro momento que foge de sua cotidianidade, dá uma sensação de “estar vivo”, mesmo sendo algo construído, elaborado por um tempo curto, todo programado pela necessidade mercadológica, que é completamente ilusória, superficial, mas que faz sentido para um homem que não procura profundidade de ser, mas que simplesmente quer fazer parte de um nicho de consumo, que mesmo falacioso, dá um prazer para sua falta de sentido e seu vazio existencial.

A *arquitetura* com seus lugares turísticos, de sentido histórico e de pertencimento espaço temporais, também é um fator interessante ao se pensar a prática turística perde-se cada vez mais o sentido de se conectar com lugares de extrema relevância histórica e importância existencial, os turistas se conectam menos com o momento presente, e há um crescente interesse de aparecer, mostrar que está, ou esteve no lugar, seu vazio existencial quer ser preenchido com centenas de fotos, que são postadas numa velocidade absurda nas redes sociais mostrando que está feliz, se sentindo bem e realizado, ao invés de se dialogar com a cultura local, aprender símbolos e significados linguísticos a prática dos turistas acaba se desembocando no que com certa ironia aponta o filósofo Pondé: “não viaje, o mundo virou um churrasco na laje”, no sentido de ser mais do mesmo e vivenciar sua própria vida num outro ambiente, a prática turística precisa dialogar com este homem moderno, ele será seu alvo de atividade, não há como imaginar uma prática econômica se não sabermos quem é o público que irá consumir e entender seus desejos se torna algo fundamental.

A pós-modernidade é uma grande movimentação, onde a estabilidade demonstra fragilidade, é o dispersar sem um ancorar-se em algo que dê significado. A falta de tempo é um aspecto deste estar em vários lugares, querer muito, fazer de um modo cada vez mais superficial e mutante, ao mesmo tempo que a falta de sentido, encontra este não lugar, onde um sentido sendo vivenciado após o outro causa muita dispersão, um sentimento de habitar vários lugares e não estar em nenhum inteiramente, assim como o consumismo, tarefa que o homem pós-moderno vê como necessário em cumprir pois se vê na condição de mudar, e para isto o consumo com suas mil ofertas se faz necessário, esta análise também desemboca na arquitetura, se antes tínhamos as grandes catedrais hoje o shopping quer fazer este papel existencial.

## 2.2 Modernidade Líquida

A interpretação da condição pós-moderna passa por uma longa diversidade de temas e questões que colocam em xeque uma modernidade que parecia já estar configurada, quando relacionamos com a questão da moral, percebemos que os parâmetros são questionados, não se sabe ao certo quais rumos devemos tomar, se antes havia um poder pré-estabelecido, seja por configurações religiosas, estéticos ou morais, vemos ruir cada parte, deixando

um vazio e uma pergunta de qual caminho seguir. Neste sentido salienta Lyotard

cada qual é entregue a si mesmo. Desta decomposição dos grandes relatos segue-se o que alguns analisam como a dissolução do vínculo social e a passagem das coletividades sociais ao estado de uma massa composta de átomos individuais (Lyotard, 2013, p. 28).

Bauman, sociólogo contemporâneo, também vai trabalhar nesta linha, porém, prefere usar uma terminologia denominada de *Modernidade Líquida*, esta faz referência em sua essência a volatilidade dos acontecimentos do cotidiano e das grandes instituições, os grandes filósofos e pensadores que a analisam vão chamar a atenção deste fenômeno com o fim das metas narrativas, algo que teve como precursor o pensamento de Nietzsche, que com seu “martelo” vai quebrando todas as formas de morais e solidez do pensamento moderno desembocando num niilismo, ou seja, *nihil*, nada, onde não há mais um porto seguro para ancorar uma reflexão apoiada em termos metafísicos.

Bauman, ao se utilizar do termo modernidade líquida, quer demonstrar, ao contrário do sólido, que nos fornece uma impressão de rigidez, de *stabilishment*, de pragmatismo de cunho positivista, o líquido como metáfora da nossa atual condição humana “vivemos em tempos de liquidez, nada foi feito para durar”, se esvai, que lida e se adapta as formas que são dadas, que flui se adaptando ao que é posto a sua frente.

Em certo sentido, os sólidos suprimem o tempo, para os líquidos, ao contrário, o tempo é o que importa. Ao descrever os sólidos, podemos ignorar inteiramente o tempo; ao descrever os fluidos, deixar o tempo de fora seria um grave erro. Descrições de líquidos são fotos instantâneas, que precisam ser datadas. Os fluidos se movem facilmente. Eles “fluem”, “escorrem”, “esvaíam-se”, “respingam”, “transbordam”, “vazem”, “inundam”, “borrifam”, “pingam”; são “filtrados”, “destilados”, diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos – contornam certos obstáculos dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho (Bauman, 2001, p. 8).

A modernidade líquida é um tempo marcado pela emancipação, esta tem suas raízes centrais na vontade do homem de se tornar livre de enxergar o mundo com seus próprios olhos, onde não há uma aderência aos valores fixos, as assim chamadas meta-narrativas, que com clareza se percebia o lugar onde se

quer chegar, assim como o caminho a se trilhar. “O que foi separado não pode ser colado novamente. Abandonai toda esperança de totalidade, tanto futura como passada, vós que entráis no mundo da modernidade fluída (Baumann, 2001, p. 20)”. Qualquer modelo, que se tinha como um valor sólido, se torna líquido, fluido, esta é uma abordagem significativa para se dialogar com os atores sociais desta época.

A emancipação encontra seu diálogo com a liberdade, palavra chave que Bauman trabalha em seus conceitos de análise social, “Os homens e as mulheres são inteira e verdadeiramente livres, e assim a agenda da libertação está praticamente esgotada. O protesto de Marcuse e a nostalgia comunitária da comunidade perdida podem ser manifestações de valores mutuamente opostos, mas são igualmente anacrônicos” (Baumann, 2001, p. 21)”. A liberdade vem ao encontro de uma sociedade que prega e preza o individualismo, é o fazer de si próprio em sua versão desejada.

A emancipação assim sendo vai dar ao homem uma vontade de se reinventar, de não se “alocar”, em lugar algum, é a visão do turista, em seu sentido de não pertencimento a um lugar, de se escolher, e fazer seu próprio caminho, há uma mistura de identidades, como os “blogueiros”, que podem ser um analista, uma pessoa que vive em seu consultório, porém, é também um esportista radical, mesmo que seja em um tempo tão mínimo de seu cotidiano, a característica do se escolher e aparecer esta presente na forma que Bauman trabalha em uma análise chamada de turistas e vagabundos.

As escalas são acampamentos, não domicílios. Por mais longo que cada intervalo da viagem possa mostrar-se no fim, é vivido, em cada momento, como estada de pernoite. Só as mais superficiais das raízes, se tanto, são lançadas. Só relações epidérmicas, se tanto, são iniciadas com as pessoas dos lugares. Acima de tudo, não há nenhum comprometimento com o futuro, nenhuma incursão em obrigações de longo prazo, nenhuma admissão de alguma coisa que aconteça hoje para se ligar ao amanhã. As pessoas do lugar afinal, não são as zeladoras de estalagens do meio do caminho, que os peregrinos tinham de visitar outra vez e outra vez, a cada peregrinação: as pessoas do lugar, com que os turistas deparam, eles literalmente ‘tropeçam com’ elas acidentalmente, como o efeito colateral do empurrão. (Bauman, 1998 p.115).

A emancipação como característica dialoga com a condição dos turistas que não se ligam ao lugar, passam por este, assim é a condição que almeja o homem da modernidade líquida, sua condição de liberdade plena, tira cada vez mais as “amarras” que poderia prendê-lo ou fixá-lo em um lugar, assim como o turista que está somente de passagem.

Outra característica marcante da liquidez moderna quando se depara com formas excludentes de se constituir a civilização onde aquele que tem melhores condições, numa perspectiva consumista, deseja criar condições próprias de vida e interagir com os iguais. Neste ponto, as casas e carros se transformam em muralhas para se proteger do diferente, pois julgam-se os melhores e, os outros, inferiores. Nesta ótica, observamos que a sociedade cria comunidades muito específicas e que sobrevivem segundo sua própria existência, organizando-se de forma a corresponder às necessidades que lhes são próprias. Segundo Bauman:

O serviço de separar e eliminar esse refugio do consumismo é, como tudo o mais no mundo pós-moderno, desregulamentado e privatizado. Os centros comerciais e os supermercados, templos do novo credo consumista, e os estádios, em que se disputa o jogo do consumismo, impedem a entrada dos consumidores falhos as suas próprias custas, cercando-se de câmeras de vigilância, alarmes eletrônicos e guardas fortemente armados; assim fazem as comunidades onde os consumidores afortunados e felizes vivem e desfrutam de suas novas liberdades; assim fazem os consumidores individuais, encarando suas casas e seus carros como muralhas de fortalezas permanentemente sitiadas (Bauman, 1998, p. 24).

O consumismo produz a demanda daqueles que vão permanecer nas limitações impostas por um sistema excludente que produz cada vez mais limites muito bem impostos pelos moradores e consumidores pós-modernos. Estas práticas transformam as sociedades em grandes ilhas, onde o poder de consumo estabelece os limites e a questão da vida comunitária se tona cada vez mais obsoleta, por má identidade que deixa de lado o viver comunitário, o que importa é o bem-estar próprio, as relações se desfazem como os líquidos, que fluem com uma leveza e adaptação fácil a novas relações e novos olhares.



O consumo se torna uma nova aldeia, onde não há compromissos, mas sim momentos fugazes que evaporam com facilidade e mobilidade, o aspecto fixo, responsável e de criação de laços significativos se tornam relegados em segundo plano.

Os templos do consumo não revelam nada da natureza da realidade cotidiana. O templo do consumo, como o "barco" de Michel Foucault, "é um pedaço flutuante do espaço, um lugar sem lugar, que existe por si mesmo, que está fechado em si mesmo e ao mesmo tempo se dá ao infinito do mar (Bauman, 2001, p. 88).

Diante das diferenças impostas pelo consumismo, aqueles que se sentem privilegiados no sistema capitalista desejam manter distância daquilo que acham sujo e que pode minar seus ideais de pureza. Neste sentido podemos pensar um fator cada vez maior na sociedade que são as realidades e práticas dos condomínios fechados, onde a distância dos

menos privilegiados é cada vez mais sentida e expressa em suas atitudes e posicionamentos, baseando-se num campo ideológico próprio. O homem nesta realidade fluída deseja um consumo que o faz aparecer, em uma determinada viagem se deseja mostrar seu status como forma de diferenciação social, numa sociedade onde muitos compram com parcelas a longa distância, aquilo que os diferenciava como um televisor que só uma determinada classe poderia ter, se torna mais "normal", assim um dos fatores de diferenciação é a viagem, onde faz-se questão de demonstrar onde esteve, o que consumiu, sendo um modo de demonstrar que pode fazer parte de um grupo de elite e destaque.

Em síntese, foi elaborado um quadro que demonstra as características da pós-modernidade referindo aos seus significados, assim como suas principais características para se visualizar o espírito de um tempo.

**Quadro 1: Categorias centrais da pós-modernidade, seus significados, características e metáfora.**

<b>Categoria</b>	<b>Significado/ Interpretação</b>	<b>Características</b>	<b>Metáfora</b>
<i>(1) relativismo moral</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O mundo na modernidade líquida é um local onde as regras e grandes objetivos são volúveis, podendo ser mudados, dependendo de situações, se mostrando antagônico e contraditório em muitos momentos "fere" as questões lógicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Não aderência a valores fixos, ausência de padrões a serem seguidos.</li> <li>▪ Mudança constante de opinião.</li> <li>▪ Adição de teses ou logicamente argumentos opostas simultaneamente ou sucessivamente</li> <li>▪ Ausência de grandes narrativas como guia para as ações cotidianas.</li> <li>▪ Niilismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ "Metamorfose ambulante"</li> </ul>
<i>(2) individualidade e relações sociais</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O homem se torna um sujeito cada vez mais livre para se escolher, se fazer, procurando um extremo individualismo, onde sua busca por seu próprio caminho vai surgindo ao fazer suas escolhas. As relações passam a ter um caráter com um <i>status</i> mais conectado em redes sociais, do que no sentido frente a frente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O indivíduo se sobrepõe ao comunitário.</li> <li>▪ Exacerbação das escolhas individuais.</li> <li>▪ Relações impessoais, procura por redes sociais, onde o sujeito pode se reinventar e repensar dados de sua identidade pessoal.</li> <li>▪ Formas de atuação (manifestação visual) em redes (sociais, virtuais, etc.),</li> <li>▪ Uso da coletividade como forma de autovalorizar e autopromover-se individualmente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teia narcisística</li> </ul>
<i>(3) tempo (espaço)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ As relações são limitadas por uma pressa sempre presente, onde as pessoas têm sentido falta do tempo, as vinte e quatro horas de um dia, se tornam cada vez menores diante de um excesso de trabalhos e atividades, e as decisões tomadas no instante, sem referencia com o antes ou o depois.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aceleração exacerbada do tempo, sempre como algo corrido.</li> <li>▪ Sensação de falta, de estar incompleto pela equação tempo e quantidade de afazeres.</li> <li>▪ Aceleração e mudança das práticas sociais,</li> <li>▪ Espaços pequenos para habitar, lugares da esfera pública com pessoas superlotadas.</li> <li>▪ Atomização do presente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ "Carpe diem"</li> </ul>
<i>(4) consumo</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O mundo se torna uma grande fachada para o consumo.</li> <li>▪ O ter está bem a frente do ser, demonstrando o que se é, através do que tem.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (A)parecer, se torna mais importante do que ser.</li> <li>▪ Valorização do sujeito, através de bens de consumo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Colecionador de lugares</i></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Hipervalorização do consumo turístico, inclusive como forma de <i>status</i> e identidade social.</li><li>▪ Consumo como forma de ser, de se expressar e manifestar no mundo.</li><li>▪ Lugares se tornam templos para consumir.</li></ul>	
--	--	--	--

Fonte: elaboração própria.

A modernidade líquida apresenta claramente um aspecto relativo, onde as escolhas são pautadas em um individualismo constante e exacerbado. A pessoa escolhe o que quer seguir e mudar de escolha com uma facilidade incrível, este fator fica claro no momento que a fluidez se apresenta, ou seja, tudo pode ser mudado, não há narrativas que mostrem um norte e denominem um caminho a se seguir. O homem nesta forma tão fluida de ser esbanja o caráter do consumismo, pois este ato vai demonstrar o status que este escolheu para determinado momento. Há uma intensa contradição lógica, a contemporaneidade, deixa de lado todo um legado filosófico para se estabelecer padrões ligados há discursos vazios sem um vínculo em que se encadeie bem as ideias, assim como o “mandamento” do relativismo, onde tudo é colocado em face de um hedonismo que encaminha as escolhas do sujeito.

### 2.3 O Turismo na Contemporaneidade

A atividade e foco do turismo também passaram por drásticas mudanças na chamada pós-modernidade onde sua expansão se deu de forma mais abrangente no século XX. Rioja (2002) considera que: “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” (Rioja, 2002, p.40).

A gênese do turismo remota (vai para) e sua expansão é vista de vários ângulos sendo necessário visualizar suas origens para se ter uma melhor compreensão do todo

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. 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. (Rioja, 2002, p. 40).

A pós-modernidade caminha por outro viés, onde, ao contrário de uma prática massificada, tendo objetivos claros e senso de comunidade dá lugar a um individualismo exacerbado, que cada componente quer formar sua própria opinião, assim como seu jeito de ser e de se sentir, de se escolher, como uma metáfora, podemos pensar na roupa que irá colocar pra ser naquele momento, que em um outro facilmente pode ser trocado como uma simples peça de roupa é trocada, sua personalidade é sempre transitória, seus desejos são momentâneos, líquidos, passageiros, enfim, um cidadão caracteristicamente visível na liquidez da modernidade.

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.

O turismo é uma prática, onde a pessoa não tem um interesse profissional, ou seja, é uma forma de “sair” de seu cotidiano, de vivenciar algo que não está ligado a afazeres que deve fazer, sendo algo próprio de suas escolhas pessoais, num mundo corporativo, onde obrigações são visualizadas em todo momento, o turista deseja suas próprias escolhas, como se sentisse livre. O ato da escolha do local, ou viagem a ser realizada está ligada a um projeto pessoal e que possa gerar prazer, descontração, numa sociedade do *happy hour*, da fruição fora do ambiente de

trabalho, esta prática dialoga bem com este estilo procurado.

Sendo assim, não há ideais que vão formular esta prática. Há uma volatilidade, no sentido de não ter obrigações claras, suas escolhas são feitas de modo individual, sem uma necessidade de algo que tornasse sólido, como um valor, ao contrário, o turista se percebe como um ser fluido, o conteúdo é vazio, e as mudanças constantes, o que pode ser uma busca num mundo, se torna fugaz num outro. As compras por *souvenirs*, mostram claramente, por parte dos turistas um modo de consumismo vazio, sem significados e momentâneos, a falta de sentido é algo que impera nesta percepção de mundo e de jeito de ser.

No sentido de ser uma atividade tão fluida e com vazios no sentido existencial de vivências significativas, o turismo capta o espírito do tempo, sendo uma forma de demonstrar claramente como o pós-moderno se sente frente ao mundo que é colocado a sua frente. O comportamento do homem na modernidade líquida demonstra como é o trabalho ligado ao setor turístico, pois dá para ter uma melhor visão de suas práticas, vontades e necessidades, sendo assim, estudar este homem é uma forma de integrar as atividades oferecidas pelo setor às necessidades tão claras na liquidez moderna.

O turismo é uma prática recente na história da humanidade, criada na modernidade, sendo que o principal objetivo é o ato voluntário de ir de um local a outro não tendo um caráter profissional, sendo realizado num determinado momento, de usufruir do ócio, de vivenciar a fruição, ser prazeroso e tendo uma prática social.

O intuito desta análise é o de lidar com o pensamento líquido, sendo que a pessoa que lida com a prática profissional do turismo precisa dialogar com este homem, que está em constante mudança, onde ao contrário das “solidificações” da modernidade, procura vivenciar a fluidez, o movimento, o novo, o fluido faz parte de sua existência e compreender estes significados se torna algo essencial para ter êxito satisfatório em suas atividades.

Assim como o fazer negócios nesta área, precisa saber os desejos da modernidade líquida, um negócio precisa dialogar com as vontades da clientela e quanto mais poder filosofar no sentido de compreender o outro, mais terá uma organização e modo de atender os desejos gerando uma melhor receita para seus negócios.

### 3 PENSANDO O TURISMO À LUZ DA MODERNIDADE LÍQUIDA

#### 3.1 Relativismo moral

O pensador analisa a liquidez da modernidade no sentido de se adaptar, de lidar com o novo de uma forma fluida, de estar aberto àquilo que é novidade, que não está hierarquizado e dito como pronto, ao contrário, é um fazer-se ao percorrer o caminho, assim como um rio ao ir cruzando com a solidez das rochas vai se “encaixando”, passando, se adaptando às novas paisagens.

O homem vai construindo seus caminhos onde não é mais estável, aonde em todos os seus âmbitos existenciais vai se refazendo, sem as grandes narrativas, morais e estilos de vida que o direcionavam e mostravam de um modo teleológico onde iria chegar. Nesta conjuntura da modernidade líquida iremos pensar a atividade do turismólogo, como se praticar esta arte tendo como parâmetros estes anseios do ser humano na atualidade.

Após esta breve incursão no mundo do turismo, cabe questionar quem é e como se comporta o homem na assim chamada modernidade líquida, qual é o seu comportamento social e o que o questiona, para assim podermos ter uma prática do turismo mais eficiente e dialogal com o mundo moderno. De acordo com Bauman

O mundo construído de objetos duráveis foi substituído pelo de produtos disponíveis projetados para imediata obsolescência. Num mundo como esse, as identidades podem ser adotadas e descartadas como uma troca de roupa. (Bauman, 1998. p. 112- 113).

A atividade turística encontra um desafio ao lidar com a obsolescência do mundo, onde tudo muda, como praticar o turismo nas incertezas do que poderia ser bom para seu consumidor, aliás, saber quem é esse ser que irá consumir os produtos, se torna uma tarefa primordial, para tentar se estabilizar melhor, num mundo tão instável.

Bauman faz a análise de um jogo onde estes não param de se transformar em outras realidades, como por exemplo, quando vemos um interesse muito grande de um público por um local que esta na moda e que atende alguns de seus anseios existenciais e culturais, porém, com um tempo que urge rápido demais, este local passa a não ter tanto significado e a atividade turística que foi tão investida, passa por

momentos de forte instabilidade e problemas financeiros. “(...) No jogo da vida dos homens e mulheres pós-modernos, as regras do jogo não param de mudar no curso da disputa” (Bauman, 1998, p. 112- 113).

Nesta liquidez o turismo se sente desafiado a apropriar suas técnicas e *modus operandi* a este público que muda rápido de opinião, que com grande volatilidade escolhe seus caminhos, o que era algo tido como grandioso e digno de respeito passa a ser deixado de lado, assim como alguém joga algo na areia da praia e o deixa levar.

Lugares que são considerados como grandes pontos turísticos deixam de ser interessante, numa rapidez inexplicável, como medir as questões orçamentárias e investimentos num mundo que está sempre por fazer se? Turismo com um público que exige cada vez mais incluir em seu repertório seus próprios gostos e necessidades? Entender o homem pós-moderno é um caminho útil para ser mais bem-sucedido, quando se entende melhor qual é o seu nicho e como se comporta este ator social.

### 3.2 Individualidade e relações sociais

Por outro lado, o homem, na modernidade líquida, ao fazer uma viagem como esta procura tirar milhares de *selfies* de se mostrar no *facebook* às vezes chegando mesmo ao fato de dar maior importância para postar seus feitos do que a própria atividade em si. Pode parar diante de uma cachoeira maravilhosa e preferir o melhor ângulo para a foto do que simplesmente “estar ali”, neste ponto a contemplação é deixada de lado, a experiência significativa troca de lugar com um tipo de “aparecimento” que evoca de modo intenso seu próprio ego, ou melhor, poderia ser seu “pseudo ego” visto que estudos psicológicos mostram como uma pessoa pode até se deprimir ao ver a vida linda no *facebook*, os momentos extraordinários dos outros e pensar que a vida é maravilhosa para aqueles que estão se expondo e a dele não é tão cheia de momentos significativos e tão belos.

Bauman, ao analisar a sociedade contemporânea, faz uma leitura interessante dos fenômenos das redes sociais,

um viciado do facebook me segredou, não segredo, de fato, mas gabou-se para mim de que havia feito quinhentos amigos em um dia. Minha resposta foi que eu tenho 86 anos, mas não tenho quinhentos amigos. Eu não consegui isto. Então, provavelmente quando ele diz ‘amigo’ e eu digo

amigo, não queremos dizer a mesma coisa. São coisas diferentes (Bauman, 2012, s/p).

A contemporaneidade convida as pessoas a se exibirem, poderíamos até parafrasear Descartes, “apareço, logo existo”, e este fenômeno é um convite a reflexão filosófica, pois onde esta o ser, o que realmente importa para as pessoas é uma questão fundamental, a modernidade líquida criou o fenômeno do aparecer, das redes sociais, onde famílias vão a um *shopping* jantar, vivenciar um momento de encontro e descontração, mas onde cada um está conectado em sua rede e “desconectado” de quem está ao seu lado.

O pensador também nos chama a atenção para o conceito de comunidade para fenômeno das redes, que seria o contrário do pertencimento a uma comunidade, onde cada pessoa tem o poder de se conectar e ao mesmo tempo se desconectar dos outros, a vida vai ganhando um tempo atemporal, e de um egocentrismo muito exacerbado, onde quando encontra o outro que por algum motivo deixa de me chamar a atenção, é feita a desconexão, perde se muito facilmente o sentido de proximidade de dividir as alegrias e as dificuldades, porque com um clique pode se desfazer de algo que por algum motivo, mesmo o mais banal e trivial, incomodou a pessoa e está de lado. Este fator da modernidade líquida revela a facilidade de se desvincular de compromissos e principalmente de ações a longo prazo pois o que importa é a “presentificação” do momento, onde a metáfora do líquido soa tão boa, por escorrer, mudar, deixar de ser, tomar outra forma. “É fácil conectar, fazer amigos. Mas o maior atrativo é a facilidade de se desconectar”. (Bauman, 2012, s/p).

Neste sentido, o turismólogo entendendo melhor as características do pós-moderno, poderá fazer uma leitura mais significativa do seu cliente, o que ele espera ter uma compreensão da realidade que vivemos é algo positivo no sentido de dar uma resposta para sua função e perceber como trabalhar com a pessoa que deseja seus serviços. Numa análise como acima, poderia também desenvolver um modo, ou tentar dialogar com o turista para que possa perceber a importância do momento, do estar diante de uma obra de arte, ou de uma natureza totalmente exuberante.

O individualismo moderno se torna uma questão interessante de se analisar, cada pessoa quer aparecer de certa forma, e ao mesmo tempo se tornar alguém importante, vivemos uma era de muitas celebridades, onde até mesmo por exemplo, um participante de um *mês do Big Brother*, um dos símbolos do que é o vazio

pós moderno, se torna alguém importante, cuja opinião em diversos assuntos é pedida e expressada em seu poder adquirido de celebridade, de ser um *brother*. Este tipo de comportamento se estende pelos cidadãos “normais” da sociedade, sendo que cada ser quer aparecer, ser visto, ser tido como importante, nesta esfera, a atividade turística tem que pensar em atrativos para que este sujeito possa se sentir importante, de se sentir alguém visto pelos outros, até mesmo desejado, nos sentido que que muitos queriam estar ali, tudo que o homem faz precisa ser mostrado para se ter uma validade e nesta busca incessante, um prazer de um final de semana, se liquidifica de forma muito rápida, querendo outras sensações, outros lugares, novas experiências, novos públicos que visualizem seus grandes feitos de celebridade:

[...] 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).

Esta busca pelo subjetivo delimita as novas práticas da atividade turística, onde cada vez mais o mercado tem que se adaptar a tantas escolhas e necessidades individuais, ao ponto de questionar qual a essência de determinado ambiente, podemos pensar como exemplo, um local destinado a um evento turístico mais ligado ao descanso, a contemplação e a saída de uma vida frenética e com uma correria que seja a ser doentia, porém, alguns hóspedes podem querer ouvir uma música em determinado volume que foge do que o essencial do evento turístico analisado, com isto, há necessidade de se adaptar ao cliente, ou ter um bom “jogo de cintura” para dialogar com ele. Como saliente Lins:

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 (LINS, 2000, p. 45).

O turista deixa de ser um consumidor passivo para opinar sobre como deve ser o pacote e quais

regalias e diferenciais ele quer para si. De um modo que suas necessidades individuais sejam satisfeitas, o profissional desta área deve dialogar com uma clientela cada vez mais exigente e com necessidades muito especiais. Deve-se ter em mente um tipo de pacote turístico que exerça uma função multidimensional, onde a satisfação irá depender de exigências cada vez mais particulares. Outro ponto que poderia ser salientado seria a necessidade de atender públicos muito específicos, desde um grupo religioso a um público com determinadas escolhas ideológicas muito próprias. Alguns turistas adotam atitudes pós-modernas, chamados de pós-turistas, por ter uma característica frente a natureza como sendo simulacional, sua atitude é metaforicamente a de um jogador, outro ponto a salientar é que de um modo filosófico seria inautêntico, é um buscar o prazer e a fruição de acordo com os outros, do jeito que os outros fazem igual, deixando escapar por suas mãos o caráter da autenticidade.

No aspecto da inautenticidade percebemos que os turistas se deixam levar por meio de pacotes de entretenimento, assim como não há uma participação efetiva com os povos dos locais visitados, e quando existe, sempre é mediado pelos profissionais da área turística, a experiência com o real é relegado a segundo plano, numa análise filosófica: a inautenticidade.

### 3.3 Tempo-espaço

Bauman chama a atenção de como a modernidade líquida lida com o tempo, num sentido de que uma “presentificação” é vivida, onde o ser se encontra num processo de mudanças, assim como uma desconexão com o passado, “abolir o tempo em qualquer outra forma que não a de um ajuntamento solto, ou uma sequencia arbitrária, de momentos presentes: aplanam o fluxo do tempo num presente contínuo. (...) o tempo já não estrutura o espaço”. (Bauman, 1998, p. 113).

O turismo, lida com o tempo, no sentido de fazer-se no lúdico, ou do conhecimento, em que o turista se vê diante de uma maravilha da natureza, ou de um objeto arqueológico, de uma importância ímpar ao mesmo tempo que a modernidade líquida diz de “toda a demora, também a demora da satisfação, perde seu significado: não há nenhum tempo como este legado para medi-la” (Bauman, 1998, p. 113).

A atividade do turismo tem como uma de suas características fundamentais o fator de lidar com um momento prazeroso da vida, diferentemente por exemplo da atividade ligada a medicina, onde a pessoa

está lidando com um momento delicado, sendo que a pessoa está passando por algum mal estar que tem que estar ali, já a atividade turística, é o momento do lúdico, do prazer, de um tempo programado para estar consigo mesmo com seus entes queridos, lida com o prazer, se pensarmos em uma viagem por exemplo para Bonito MS, a pessoa quer entrar em contato com a natureza, se sentir parte de algo maior, transcender, ser para além do cotidiano, se aventurar... Este fator faz da atividade uma busca incessante de procurar agradar e dar as melhores condições para que possa viver bem este momento.

### 3.4 O consumo

O consumismo exacerbado está presente, no momento que o turista se dedica ao consumo desenfreado, onde para ele é mais importante o fato de aparecer do que viver com profundidade o seu momento de prática turística em ambientes que cada vez mais estão lotados, fato visto no tempo em que muitos ficam no trânsito ou nas filas por haver uma demanda muito grande, gerando uma sensação de

que não consegue fazer tudo, o tempo se torna curto diante de um leque enorme de atividades que são vivenciadas em um certo vazio, por não se entregar no momento presente, gerando uma ansiedade por tudo que tem para fazer e principalmente em como deve aparecer nas redes sociais para se gerar um *status*. O aparecer toma um sentido muito significativo, há preocupação excessiva com o número de curtidas e comentários que serão postados na rede social, isto é percebido claramente em atividades de cunho religioso, onde o homem na modernidade líquida, “perde” o momento a ser vivido e experienciado para se preocupar com o melhor ângulo da foto a ser tirada na manifestação do sagrado.

### 3.5 Síntese

A seguir apresenta-se um quadro onde haverá referências a questão do turista pós-moderno que será uma forma de visualizar melhor as características que conduzem estas práticas, assim como o “jeito de ser” do homem na modernidade líquida.

**Quadro 2: Categorias centrais do turismo na pós-modernidade, seus significados, características e metáfora.**

Categoria	Significado/ Interpretação	Características	Metáfora
(1) <i>relativismo moral</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>O praticante do turismo relativiza suas necessidades, tendo um caráter inautêntico, deixa para as agências seu papel de construtor, não tendo um contato autêntico com os habitantes do local visitado. Busca por prazeres momentâneos, um turismo que não se preocupa com a situação e problemática que percebe ao se aproximar de determinada situação e região.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não aderência a valores fixos, onde o turista se percebe distante da realidade, os padrões para se estar no local visitado e se inserir numa realidade e experiência profunda é deixada de lado.</li> <li>Mudança constante de opinião, onde há um hedonismo como forma de presentificar ao máximo o momento vivido. O turista na modernidade líquida troca seus valores com grande facilidade e constância, com uma ênfase no ego, quer viver do seu modo a experiência que está sendo praticada.</li> <li>Ausência de grandes narrativas como objetivos de suas práticas, o cotidiano turístico é guiado por situações momentâneas.</li> <li>Nihilismo. O turista se sente sem objetivos claros, os motivos últimos para se fazer uma viagem, visitar um local ou viver uma experiência são deixados de lado, pela falta de uma teleologia que os oriente e dê um significado maior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“hedonismo”: tudo é relativo</li> </ul>
(2) <i>individualidade e relações sociais</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>O homem se constrói ao fazer escolhas turísticas cada vez mais individuais, as câmeras precisam flagrar suas experiências para demonstrar para os outros sua significância, o indivíduo se percebe livre para escolher e querer ser, podendo se tornar o que tanto deseja, mesmo que experiência turística não teve o resultado mostrado em suas redes sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A identidade será feita através do aparecer, o turista será valorizado e relativizado no aparecer para os outros, mostrando onde esteve, “ganhando pontos” em sua escala social.</li> <li>Não perceber a comunidade local, ou vê-los como meros figurantes que preenchem o local para sua satisfação.</li> <li>O indivíduo se sobrepõe ao comunitário, onde se percebe claramente uma forte tendência do turista ao se preocupar com suas <i>selfies</i> e com as curtidas que terá Deixando de lado a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“turista japonês”</li> </ul>

		<p>experiência vivenciada com os outros. As redes sociais se revelam como impessoais, o sujeito se reinventa, se escolhe ao transmitir para os outros sua necessidade de admiração e exacerbação individual.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uso da coletividade como forma de autovalorizar e autopromover-se individualmente. Há uma necessidade do turista de aparecer, demonstrar o que está fazendo, se possível ao vivo, dando ênfase a sua importância por estar vivenciando sua experiência, que se torna tão importante de ser exibida para os outros.</li> </ul>	
(3) tempo (espaço)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ As relações são limitadas por uma pressa sempre presente, o agora é vivenciado ao máximo pelas práticas turísticas; o momento de se fazer o turismo é visto e percebido como falta diante de tantas oportunidades oferecidas e com tanta superficialidade que o turista se vê com pouco tempo. O espaço é sentido como algo distante, flagrado por superlotações e sentidos individualista de se pensar e de viver sua experiência turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aceleração exacerbada do tempo, sempre como algo corrido, o turista deseja muita coisa, excesso de atividades ao mesmo tempo. Se sente esgotado com tantas pessoas ao lado e pouca convivência significativa.</li> <li>▪ Sensação de falta, sempre há mais a fazer que foi deixado de lado, assim como uma incompletude por tempos demasiados curtos para a quantidade de experiências que foi planejada, em espaços que são disputados milimetricamente por vendedores, pessoas fazendo poses para fotos, locais com muita demanda de pessoas e afazeres.</li> </ul>	“Carpe diem”
(4) consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O mundo se torna uma grande fachada para o consumo. Hipervalorização do consumo turístico (inclusive como forma de status social)</li> <li>▪ O ter está bem a frente do ser, demonstrando o que se é, através do que tem. O turismo se torna uma forte tendência para se consumir, se encher de coisas, que em sua essência só revela o grande vazio da realidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (A)parecer, se torna mais importante do que ser. Num ambiente onde as viagens turísticas se tornam uma forma de se posicionar na sociedade, como status social. Os turistas procuram mais mostrar onde se esta, do que realmente vivenciar o momento, postar no <i>facebook</i> se torna fundamental, o momento turístico vale mais pelas postagens do que a experiência em si.</li> <li>▪ Valorização do sujeito, através de bens de consumo. O consumismo exacerbado num ambiente onde tudo virá um bem de consumo, e finalidade de uma exposição ou local deixa de ter sua importância relevante para ser fixado um consumo do que oferece, pouca relação com o valor simbólico do local.</li> <li>▪ Hipervalorização do consumo turístico, inclusive como forma de status e identidade social. Viagens marcadas como aumento de bens de consumo, assim como forma de juntar coisas que serão facilmente descartadas.</li> <li>▪ Lugares se tornam templos para consumir. Tendo significados extremos ao se adquirir produtos do local visitado, querendo ao máximo se sentir um voraz consumidor e vivo diante de uma “pregação” do que deve ser consumido nestes templos.</li> </ul>	▪ “Peregrinação à paisagem”

Fonte: elaboração própria.

Como foi demonstrado, o turismo na modernidade líquida tem características bem próprias deste tempo. A presentificação se torna um mandamento, há dificuldade em fazer planos e “sofrer” as esperas que a vida oferece, neste sentido,

percebe-se a ansiedade e dificuldade de se aguardar o momento, de se pensar na experiência vivida como um fruto a ser colhido, o homem vive intensamente o presente, o que afeta sua relação com a moral e com o se preocupar com os demais, a alteridade se

torna um problema para quem se contradiz sendo algo corriqueiro, esquecendo os valores e respeito que implica conviver com o outro, o turista não se preocupa com as pessoas e culturas locais que esta visitando.

#### 4 CONCLUSÃO

Após esta análise filosófica da assim chamada modernidade líquida, passamos por uma análise do que é a pós-modernidade, como pensam seus atores e agentes sociais, assim como quem dita as normas e padrões, que estão relacionados intimamente com os bens do consumo e sua forma de dirigir um homem, que se sente vazio ao lidar com suas questões mais profundas, aliás com tamanha superficialidade e vazio existencial, estes questionamentos são facilmente outorgados para um outro alguém ou sistema qualquer que dê respostas prontas em seu lugar.

Torna-se essencial para a prática turística conhecer os aspectos profundos da liquidez de nossa era, para que se possa ter uma prática mais assertiva, que é essencialmente entreter e dar condições de usufruir seu tempo livre ou tempo de escolha para um determinado momento de sua vida, lidar com um consumo que possa dialogar e compreender o homem contemporâneo, assim pode, ao mesmo tempo, pensar numa esfera econômica, onde ganhos serão cada vez mais e melhor gerados, e num âmbito existencial, como fazer uma prática que pudesse fazer com que este ser que se encontra tão desintegrado em suas vivências, possa de alguma forma criar um novo significado, questionando suas próprias ações e tendo outros padrões de consumo que se tornem menos superficiais e mais voltados para o ser, a atividade turística pode e deve conversar com as grandes questões filosóficas, porque quanto maior compreensão do que é a vida, de seu tempo e da

existência terá um horizonte maior e melhor para sua atuação.

#### REFERÊNCIAS

- Anderson, Perry (1999). *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Agamben, Giorgio (2009). *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Trad.: Vinicius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos.
- Bauman, Zygmunt (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: J. Zahar.
- Bauman, Zygmunt (1998). *O mal-estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: J. Zahar.
- Bauman, Zygmunt (2012). *Sobre os laços humanos, redes sociais, liberdade e segurança*. Palestra em vídeo, concedida ao Programa Café Filosófico, CPFL Cultura. 10 fev. 2012. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=LcHTeDNlIU>. Acesso em: 26 abr. 18.
- Harvey, David (2009). *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 18. ed. São Paulo: Loyola.
- Jameson, Frederic (1985). Pós-modernidade e sociedade de consumo, *Novos estudos CEBRAP*, 12, pp. 21 - ?..
- Jenkins, Keith (2004). *A História Repensada*. São Paulo: Contexto.
- Lipovetsky, Gilles (2004). *Los tiempos hipermodernos*. Paris. Editorial Anagrama.
- Lyotard, Jean-François (2004). *A Condição Pós-Moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Rioja, M. C. (2002). 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.
- Vandenberghe, Frederic (2014). *What's Critical about Critical Realism? Essays in Reconstructive Social Theory*. 1. ed. Londres: Routledge. v. 1. 336p.

---

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 17 de Dezembro de 2017; aceito em 15 de Março de 2018; publicado online 10 de Maio de 2018.

Received on December 17, 2017; accepted on March 15, 2018, published online on May 10, 2018.

Texto original/ Original paper. Seção revisada por pares / Double bind review section.