



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

NATANRY FERNANDA QUEIROZ DIAS ROSA

**AS IMPLICAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS E A CONCEPÇÃO DE
TURISMO DE MASSA NA OBRA “SOCIOLOGIA DO TURISMO” DE JOST
KRIPPENDORF**

BRASÍLIA
2016

NATANRY FERNANDA QUEIROZ DIAS ROSA

**AS IMPLICAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS E A CONCEPÇÃO DE
TURISMO DE MASSA NA OBRA “SOCIOLOGIA DO TURISMO” DE JOST
KRIPPENDORF**

Dissertação apresentada ao programa de Mestrado Profissional em Turismo da Universidade de Brasília, na área de concentração: Turismo, Cultura e Desenvolvimento Regional, na linha de pesquisa de Desenvolvimento, Políticas Públicas e Gestão no Turismo, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Orientadora: Professora Dra. Marutschka Martini Moesch.

BRASÍLIA

2016

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pela autora.

Rosa, Natanry Fernanda Queiroz Dias
RR788i As implicações teórico-metodológicas e a concepção turismo de
massa na obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf / Natanry
Fernanda Queiroz Dias Rosa; orientadora Dra. Marutschka Martini
Moesch. - Brasília, 2016.

168 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado Profissional em Turismo) -
Universidade de Brasília, 2016.

1. Turismo de massa. 2. Teoria Crítica. 3. Indústria Cultural. 4.
Jost Krippendorf. I. Moesch, Marutschka Martini, orient. II. Título.

NATANRY FERNANDA QUEIROZ DIAS ROSA

**AS IMPLICAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS E A CONCEPÇÃO DE
TURISMO DE MASSA NA OBRA “SOCIOLOGIA DO TURISMO” DE JOST
KRIPPENDORF**

Dissertação apresentada ao programa de Mestrado Profissional em Turismo da Universidade de Brasília, na área de Turismo, Cultura e Desenvolvimento Regional, na linha de pesquisa de Desenvolvimento, Políticas Públicas e Gestão no Turismo, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Aprovada em: 06/07/2016.

Banca Examinadora

Professora Dra. Marutschka Martini Moesch
Universidade de Brasília

Professor Dr. Luiz Carlos Spiller Pena
Universidade de Brasília

Professora Dra. Susana de Araújo Gastal
Universidade de Caxias do Sul

Suplente:

Professor Dr. Biagio M. Avena
Universidade de Brasília

Dedico este trabalho aos meus avós Orlanda e Teófilo Roberto (*in memoriam*) a minha avó Divina Dias (*in memoriam*), aos meus pais Sônia Lúcia e Hércules Dias, as minhas irmãs Thayssa e Marissa, aos meus sobrinhos Hércules Neto e Beatriz e ao meu marido e companheiro Marcos Barbosa.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ser base das minhas conquistas.

Ao meu marido Marcos Barbosa, pelo carinho, apoio, cuidado, paciência, por me ajudar a tornar esse processo mais leve. Ter você ao meu lado foi essencial para conseguir chegar até aqui.

Aos meus pais Hércules Dias e Sônia Lúcia pelo amor, por tudo que sempre fizeram por mim, principalmente à minha mãe, por me ensinar a valorizar a busca pelo conhecimento e independência.

As minhas irmãs Thayssa Marina, minha caçula e Marissa Dias pelo carinho e pelo apoio, mesmo distante.

Ao meu sobrinho Hércules Neto minha fonte de inspiração, obrigada por deixar minha vida mais alegre.

À minha orientadora professora Marutschka Moesch que acompanhou esta trajetória desde o início e a quem agradeço muito pelas orientações cuidadosa e pelos ensinamentos que me mostraram os caminhos na busca do conhecimento, sei que tenho muito a trilhar.

Aos professores Mozart Fazito e Biagio M. Avena por participarem da minha banca de qualificação da dissertação, obrigada pelas contribuições.

Aos professores Luiz Spiller e Susana Gastal por participarem da minha banca de defesa da dissertação.

À minha amiga e parceira dessa trajetória, Mariana Tomazim, pelas conversas acadêmicas, pela troca de ideias mas, principalmente, pelo carinho e amizade.

As minhas queridas Alessandra Santos e Lívia Barros Wiesinieski pelo apoio, conversas, trocas de ideias e até mesmo momentos de desabafo.

À Tatielle que à frente da secretaria acadêmica do CET que sempre me atendeu com atenção e presteza.

À todos que de ajudaram de alguma forma para a construção dessa pesquisa, meus sinceros agradecimentos.

Quem sabe se as férias e o lazer vividos fora de casa poderão transforma-se num campo de aprendizado e de experiências úteis para o cotidiano. Partir, não mais com o objetivo primordial de esquecer o cotidiano, mas viajar para usufruir a oportunidade de enriquecimento íntimo, de exercer a liberdade de escolha, a compreensão mútua e a solidariedade, e de redescobrir um pouco de tudo isso no cotidiano, ao regressar.

Jost Krippendorf

RESUMO

Essa dissertação tem como investigação a reprodução da concepção de consumo imposta pela indústria cultural no tempo de lazer em movimento, o que acarreta a expressão “turismo de massa”. O livro *Sociologia do Turismo* (1989) foi uma das primeiras obras na área do turismo com análises críticas, a partir de categorias dialéticas histórico-estrutural (Moesch, 2004); o autor faz críticas ao modelo econômico industrial estabelecido: Ter – consumir – Ser. Razão de sua escolha para analisar as implicações da categoria “consumo de massa” ao definir turismo de massa e sua determinação, na abordagem do turismo na obra de autoria de Jost Krippendorf. Utilizou-se a análise de conteúdo (AC) como procedimento de interpretação com intuito de compreender as inter-relações entre sujeito-objeto-consumo e as suas crenças, atitudes, valores e motivações nas práticas turísticas. A pesquisa aplicada à essa investigação é de cunho qualitativo, com nível de profundidade interpretativo, pois, para responder ao problema de pesquisa - A denominação do Turismo como turismo de massa representa uma categoria de análise na epistemologia histórica do fenômeno ou uma definição operacional para o atendimento da demanda do mercado de consumo de massa surgido pós 1960 - só uma abordagem que possibilita a relação subjetiva-objetiva permite essa compreensão. Em relação aos procedimentos, essa pesquisa tem seu foco nas análises bibliográfica e documental. Quanto ao método de abordagem é o materialismo histórico dialético – com uma visão teórica da concepção de turismo como consumo de massa a partir da visão da teoria crítica. A teoria crítica pretende ser uma compreensão totalizante e dialética da sociedade humana em seu conjunto e dos mecanismos da sociedade industrial avançada, modelo explicativo das relações trabalho-lazer-consumo presente na obra estudada. Pois, a investigação desse fenômeno unitário, linguagem-conhecimento-realidade pode ser analisada, ora sob o enfoque do conhecimento, ora da linguagem, ora da realidade; porém o que não pode é perder de vista a unidade que sustenta o fenômeno. Jost Krippendorf, um dos pioneiros a abordar o tema turismo de massa, diz que para compreender o turismo moderno se faz necessário entender como os elementos são ligados, quais são as causas e os efeitos, os desejos e as realidades. Ao analisar o termo turismo de massa, no contexto atual da teoria crítica, nos quais os

sujeitos são envolvidos pelo esquema da dominação, consolidado pelos meios de comunicação de massa – anula-se a relação entre o sujeito e suas experiências, que ocorre quando apreendemos o turismo como fenômeno social. Assim, torna-se necessário compreender o processo de massificação, que de acordo com a indústria cultural atomiza as massas. É o jogo da massificação!

Palavras-chaves: Turismo de massa. Teoria crítica. Indústria cultural. Consumo de massa. Jost Krippendorf.

ABSTRACT

This dissertation studies the reproduction of the idea of consumption imposed by the cultural industry in leisure time in motion, which carries the expression "mass tourism". The book *Sociologia do Turismo* (1989) was one of the first books in the area of tourism with critical analysis, from historical and dialectical structural categories (Moesch, 2004); the author reviews the industrial economic model: To have - to spend - to be. That explain his choice of analysis of the implications for the "mass consumption" to define mass tourism and its determination, in tourism approach in the work of authorship of Jost Krippendorf. Using content analysis (AC) as interpretation procedure in order to understand the interrelations between subject-object-consumption and their beliefs, attitudes, values and motives in the practices. The method of research applied to this investigation is the qualitative method, with interpretive depth level to respond to the problem of this research - tourism as mass tourism represents a category of analysis in historical epistemology of the phenomenon or an operational definition to meet the demand of mass consumption emerged post-1960 - an approach that enables the subjective-objective relationship allows this understanding. In relation to procedures, this research has its focus on bibliographical and documentary analysis. The method of approach is historical materialism dialectic – with a theoretical overview of the concept of tourism as mass consumption from the sight of critical theory. Critical theory seeks to be a totalizing and dialectical understanding of human society as a whole and of the mechanisms of advanced industrial society, explanatory model of relation work-leisure-consumption that appears in the book studied. The investigation of this unitary phenomenon, language-knowledge-reality can be parsed, under the focus of knowledge, or under the language or under the reality; but can't lose sight of the unity that underlies the phenomenon. Jost Krippendorf, one of the pioneers to address the theme of mass tourism, says that to understand the modern tourism it is necessary to understand how the elements are connected, what are the causes and effects, the desires and the realities. To analyze the term mass tourism, in the current context of critical theory, in which the subject is involved by the schema of domination, consolidated by the mass media – denied the relationship between the subject and his experiences, which occurs when we

apprehend tourism as a social phenomenon. Thus, it becomes necessary to understand the process of massification, which according to the cultural industry atomizes the masses. Is the game of massification!

Keywords: Mass Tourism. Critical Theory. Cultural Industry. Mass Consumption. Jost Krippendorf.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Elementos primários do Turismo.....	24
Figura 2 – Sistema de Turismo (Sistur) de Mario Carlos Beni.....	28
Figura 3 – Sistema Turístico (Burns & Hoden, 1995).....	30
Figura 4 – Modelo de triangulação dos dados coletados	76
Figura 5 – Modelo existencial da sociedade industrial	87
Figura 6 – O ciclo do crescimento	90
Figura 7 – O ciclo do crescimento	92
Figura 8 – As motivações de viagens.....	97
Figura 9 – O turismo como fuga do cotidiano.....	99
Figura 10 – O turismo como fuga do cotidiano.....	101
Figura 11 – As motivações de viagens.....	103
Figura 12 – As motivações de viagens.....	105
Figura 13 – As motivações de viagens.....	108
Figura 14 – O comportamento e as experiências vividas nas viagens.....	110
Figura 15 – O comportamento e as experiências vividas nas viagens	112
Figura 16 – A armadura do ambiente, os comportamentos de exceção e a confirmação dos clichês	114
Figura 17 – O comportamento e as experiências vividas nas viagens.....	116
Figura 18 – A armadura do ambiente, os comportamentos de exceção e a confirmação dos clichês	118
Figura 19 – As férias em guetos e as viagens alternativas	121
Figura 20 – As férias em guetos e as viagens alternativas	123
Figura 21 – As férias em guetos e as viagens alternativas	125
Figura 22 – Os custos sociais para o turismo.....	127
Figura 23 – O encontro entre viajantes e viajados	129
Figura 24 – O encontro entre viajantes e viajados	131
Figura 25 – O encontro entre viajantes e viajados	134
Figura 26 – Indícios de um conceito mais crítico do turismo	136

Figura 27 – Indícios de um conceito mais crítico do turismo	138
Figura 28 – Indícios de um conceito mais crítico do turismo	140
Figura 29 – Como sair da crise do trabalho?.....	142
Figura 30 – Como sair da crise do trabalho?.....	144
Figura 31 – Como sair da crise do trabalho?.....	146
Figura 32 – Como sair da crise do trabalho?.....	147
Figura 33 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional	152
Figura 34 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional	154
Figura 35 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional	155
Figura 36 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional	156
Figura 37 – Aprender a viajar: preparar e educar os seres humanos para a viagem	157
Figura 38 – Aprender a viajar: preparar e educar os seres humanos para a viagem	158
Figura 39 – Aprender a viajar: preparar e educar os seres humanos para a viagem	159
Figura 40 – Aprender a viajar: preparar e educar os seres humanos para a viagem	160

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tipologias dos turistas (Cohen, 1974)	35
Quadro 2 – Modelo do gráfico utilizado para interpretação das análises de conteúdo	68

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
CAPITULO I AS CONCEPÇÕES TEÓRICAS DE TURISMO, TURISMO DE MASSA E TEORIA CRÍTICA	22
1.1 A COMPLEXIDADE NA COMPREENSÃO DO QUE É TURISMO	22
1.2 AS CONCEPÇÕES TEÓRICAS SOBRE O TURISMO DE MASSA.....	31
1.3 TEORIA CRÍTICA E A CONCEPÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL, PRODUÇÃO E CONSUMO DE MASSA	38
1.3.1 A Escola de Frankfurt e a construção da Teoria Crítica	38
1.3.2 A concepção da indústria cultural e o consumo de massa	41
1.3.3 A Teoria Crítica como meio de emancipação	49
CAPÍTULO II CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS	55
2.1 O MATERIALISMO HISTÓRICO DIALÉTICO COMO MÉTODO DE APREENSÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	58
2.2 CATEGORIAS DA DHE UTILIZADAS PARA INTERPRETAR AS EVIDÊNCIAS	62
2.3 A RESSIGNIFICAÇÃO PROVISÓRIA DAS CATEGORIAS ANALÍTICAS	64
2.4 A ANÁLISE DE CONTEÚDO COMO INSTRUMENTO DE PESQUISA	66
2.4.1 Os critérios de organização de uma análise.....	67
CAPITULO III – OBJETO DE ANÁLISE: O DISCURSO DO TURISMO DE MASSA NA OBRA “SOCIOLOGIA DO TURSIMO” DE JOST KRIPPENDORF	78
3.1 A TEORIA CRÍTICA COMO TEORIA INTERPRETATIVA DA CONCEPÇÃO DO TURISMO DE MASSA	79
3.2 A CONCEPÇÃO DE TURISMO DE MASSA NA OBRA DE JOST KRIPPENDORF	84
3.2.1 Analise do modelo existencial na sociedade industrial, a tese descrita pelo capítulo 1.....	84
3.2.2 Análise de conteúdo: A maquinaria das férias ou o ciclo de reconstituição, capítulo 2.....	93
3.2.3 Para a humanização do cotidiano, contradições: trabalho-moradia-lazer, capítulo 3.....	141

3.2.4 Teses para humanização das viagens - Por um turismo mais humano: autor rompe determinismo econômico e busca alternativas, capítulo 4	148
EVIDÊNCIAS	162
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	167

INTRODUÇÃO

O que nos propuséramos era, de fato, nada menos do que descobrir por que a humanidade, em vez de entrar em um estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie de barbárie. Subestimamos as dificuldades da exposição porque ainda tínhamos uma excessiva confiança na consciência do momento presente. (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p.11)¹.

A citação acima, do livro *Dialética do Esclarecimento (Dialektik der Aufklärung)* foi escrito, em um período pós-guerra, 1947, por Adorno e Horkheimer para mostrar que a sociedade estava sofrendo um retrocesso. Para os frankfurtianos a razão crítica que visava uma emancipação em busca da promoção do conhecimento e da liberdade acabou por promover uma “autodestruição do esclarecimento”² - o controle da natureza e a dominação dos homens. Parafraseando Santos (2002, p. 29) que diz que ao negligenciar a crítica epistemológica da ciência moderna a teoria crítica apesar de pretender ser uma forma de conhecimento-emancipação acabou por se converter em conhecimento-regulação. Tais visões são determinadas no contexto histórico, político e econômico, com base na Revolução Industrial, que dá ao conhecimento o caráter do determinismo mecanicista. O caminho da emancipação que conduziria à autonomia, estava se transformando em um crescente processo de instrumentalização para a dominação do ser humano, uma regulação dominada pelo capitalismo. Os indivíduos foram se tornando passivos aos padrões da tecnologia, às leis do trabalho, à imposição da indústria cultural e dos meios de comunicação de massa.

Na era da indústria cultural a presença da mídia é avassaladora, tudo parece seguir um padrão preestabelecido, de acordo com interesses econômicos. A comunicação de massa aliou-se aos setores econômicos na produção de necessidades e no estímulo ao consumo. As novidades são fascinantes e chegam rapidamente, mediante os vários tipos de meios tecnológicos de comunicação,

¹ ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

² Idem, p. 13.

entretanto as quantidades de opções e informações disponíveis não representa uma democratização e sim uma massificação do processo de consumo. Essa massificação é um objeto na busca do consumo, no período do processo industrial, que produz em grande quantidade inclusive na relação do prazer, do lúdico, do tempo, das férias e vai estabelecer isso nos lugares chamados turísticos.

Com o advento dos meios de comunicação os indivíduos tornaram-se espectadores passivos, assim os indivíduos seriam submetidos aos interesses de consumo da indústria capitalista, pois, a mídia não os conduziria a uma reflexão crítica acerca de suas condições de existência e trabalho. Com o predomínio da racionalidade instrumental, passa a haver um controle dos horários de lazer e entretenimento. A passividade do indivíduo é caracterizada por Debord (1997) que formula o conceito de sociedade do espetáculo para apresentar o modo de organização do sistema capitalista. “O espetáculo na sociedade representa concretamente uma fabricação de alienação. A expansão econômica é principalmente a expansão da produção industrial” (DEBORD, 1997, p.32). A enorme quantidade de opções existentes para produtos e serviços produz a ilusão de uma falsa democracia de massas.

Neste contexto surgiu a inquietação e o interesse da pesquisadora sobre a concepção ideológica e epistemológica do termo turismo de massa. Pouca pesquisa aprofundada sobre o assunto se faz presente. O que se encontra são alguns conceitos superficiais onde todos assimilam o turismo de massa como um turismo para as massas, que surgiu dentro de um contexto de um processo de produção e de consumo, sem respostas para as relações entre sujeito-objeto, suas motivações e experiências.

Ao analisar o turismo de massa, como um produto da indústria cultural, anula-se a relação entre sujeito e suas experiências, que ocorre quando apreendemos o turismo como fenômeno social. Portanto, diante do que foi exposto, o tema proposto para a dissertação é o de investigar se há um “turismo de massa” porque há um paradoxo entre a experiência do sujeito-turista com seu tempo, individualizado e sua subjetividade, em relação ao processo de consumo do espaço turístico de forma massificada.

A categoria massificação precisa ser explicada no campo da subjetividade, ou seja, no campo do significado. Essa relação entre sujeito-objeto é uma denominação ideológica de interesse de uma indústria de consumo datada em um determinado período em que tudo se transformava numa produção de larga escala, e transformava também essa relação sujeito-objeto de uma prática social em consumo massivo. Ressalta-se que para a pesquisa o turismo será compreendido como um fenômeno social, portanto, busca-se compreender se é o destino turístico que torna-se massificado pelo excesso numeroso de fluxo turístico que a ele se destina, ou é a experiência do sujeito turista que é massificada por ser um ato de consumo alienado?

A problematização para esta pesquisa se norteará pela seguinte pergunta: a denominação do Turismo como turismo de massa representa uma categoria de análise na epistemologia histórica do fenômeno ou uma definição operacional para o atendimento da demanda do mercado de consumo de massa surgido pós 1960?

As questões de pesquisas que serviram de suporte foram:

- a) Em que contexto surgiu o termo turismo de massa? E para que serviu?
- b) O que é indústria cultural, e quais são as influências da indústria cultural sobre a denominação do turismo, como o turismo de massa?
- c) Quais as características/similaridades do consumo da indústria cultural reproduzidas a fim de identificar o turismo como um turismo de massa?
- d) Qual a representação do termo turismo de massa no entendimento do sujeito na prática do turismo a partir da obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf?

Para responder ao problema proposto dessa dissertação, tem-se como objetivo geral: analisar as implicações da categoria “consumo de massa” ao definir turismo de massa e sua determinação, na abordagem do turismo na obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf. Os objetivos específicos foram:

- a) Compreender o reducionismo no tratamento do turismo como forma de consumo de massa em suas implicações ideológicas;
- b) Analisar qual a representação do turismo de massa no Domínio Conceitual da Teoria Crítica;

c) Desvelar quais as características/similaridades ao consumo da indústria cultural reproduzidas na conceituação do turismo de massa a partir da obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf;

d) Analisar as experiências que envolvem a relação sujeito-objeto nas práticas identificadas como turismo de massa.

A primeira etapa da pesquisa constituiu em uma revisão bibliográfica acerca do tema, por meio de conceitos de turismo, turismo de massa, indústria cultural e teoria crítica com foco no desenvolvimento da sociedade capitalista industrial e de sua razão tecnológica, assim como no crescente aperfeiçoamento dos mecanismos da indústria cultural. A segunda etapa da pesquisa consistiu na construção e ressignificação das categorias, *posteriori*, no contexto da teoria crítica. A terceira e última etapa da pesquisa consistiu na análise de conteúdo da obra de Jost Krippendorf, tendo como base de interpretação teórica a teoria crítica. Sua obra intitulada - Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens (1989) - possui 235 páginas, divididas em quatro capítulos: 1 - O modelo existencial na sociedade industrial: trabalho – moradia – lazer – viagem; capítulo 2 - A maquinaria das férias ou o ciclo da reconstituição; capítulo 3 – Para a humanização do cotidiano e capítulo 4 – Teses para a humanização da viagem.

Jost Krippendorf, economista e ambientalista, nasceu em 22 de dezembro de 1938 na cidade de Berna, Suíça. Ele estudou economia, e a mente analítica e crítica do economista tornou-se uma marca registrada de seu trabalho. Seu doutorado foi em marketing e turismo. Em 1971, ele ajudou a desenvolver, e tornou-se diretor do Instituto de Pesquisa de Lazer e Turismo da Universidade de Berna, onde também foi professor de teoria e política de turismo. Ele manteve esses cargos até 1989. Durante a década de 1990, concentrou-se nas atividades de consultor e escritor, tendo trabalhado como assessor independente em matérias de ecologia, lazer e turismo, atuando em várias organizações internacionais – como Unesco e OECD – e em diferentes governos e instituições. É autor de artigos e livros sobre os aspectos econômicos, sociais e ambientais do lazer e do turismo, bem como sobre ecologia humana, alguns dos quais foram traduzidos para outros idiomas. Sociologia do Turismo é o seu trabalho mais conhecido. Faleceu em fevereiro de 2003, aos 64 anos, após uma longa batalha contra o câncer.

O caminho metodológico utilizado para alcançar o objetivo proposto foi o método materialismo histórico dialético – com uma visão teórica da concepção de turismo como consumo de massa a partir da teoria crítica. A pesquisa aplicada à essa investigação é de cunho qualitativo, com nível de profundidade interpretativo, só uma abordagem que possibilita a relação subjetiva-objetiva permite essa compreensão. Em relação aos procedimentos, essa pesquisa tem seu foco nas análises bibliográfica e documental. A análise de conteúdo foi escolhida como instrumento de investigação para a análise e interpretação da obra mencionada.

Este trabalho foi organizado da seguinte forma: introdução, três capítulos e evidências. No primeiro capítulo a pesquisadora recupera a historicidade do turismo, as concepções teóricas acerca do turismo de massa e teoria crítica para embasar as construções das categorias analíticas. No segundo capítulo estão descritos o método utilizado, a metodologia, as categorias e os passos da pesquisa. As categorias apresentadas são: turismo, indústria cultural, consumo de massa e turistas (sujeito). No terceiro capítulo e último capítulo é realizada a análise da obra de Krippendorf, assim divididas: no capítulo 1, o autor apresenta o modelo existencial trabalho-moradia-lazer-viagens e suas relações estruturais que compõem a sociedade industrial, no segundo capítulo, Krippendorf aborda as motivações e o comportamento do sujeito no despertar da prática turística, demonstradas nas imagens analisadas, no capítulo 3 o autor analisa as novas tendências para a humanização do cotidiano, e, no capítulo 4, o autor rompe com o determinismo econômico e busca alternativas de humanizar o turismo.

Por fim, são apresentadas as evidências da pesquisadora acerca das concepções teóricas-metodológicas sobre a categoria turismo de massa no decorrer da pesquisa.

CAPITULO I AS CONCEPÇÕES TEÓRICAS DE TURISMO, TURISMO DE MASSA E TEORIA CRÍTICA

O termo turismo de massa surge dentro de um contexto histórico, a qual é marcado pela profunda e alargada mercantilização dos produtos e relações sociais. Entretanto, não podemos reduzi-lo, apenas, pelo interesse de uma indústria de consumo, onde o mercado das massas impõe o mesmo esquema de organização e planejamento administrativo das fabricações em série aos produtos imateriais da cultura. Dessa maneira, recuperar a historicidade do turismo pode explicar a razão de o turismo ser considerado um produto a ser consumido na sociedade capitalista, e também a razão de sua intensiva valorização como atividade de atenuação das obrigações do tempo de trabalho. Possibilitando, assim, propor outro conceito para o turismo de massa. Esse trabalho tem como principal objetivo analisar as implicações da categoria “consumo de massa” ao definir turismo de massa e sua determinação, na abordagem do turismo na obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf. E, para o desenvolvimento dessa proposta, primeiramente busca-se a construção do palco no qual o objeto de estudo está inserido.

1.1 A COMPLEXIDADE NA COMPREENSÃO DO QUE É TURISMO

Caminhar é a afirmação mais direta e explícita da nossa irredutível condição de seres humanos em um mundo dominado pela técnica. (LABBUCCI, 2013, p. 26).

O Turismo, como conhecemos, surgiu e se desenvolveu com o capitalismo, favorecido por fatores como o desenvolvimento dos meios de comunicação e transportes, juntamente com o crescimento progressivo das relações comerciais entre diferentes mercados, bem como pelas leis sociais conquistadas pela classe trabalhadora. Em 1960, se tornou atividade de lazer, para milhões de pessoas e fonte de lucros e investimentos no mercado financeiro internacional. De acordo com a EMBRATUR - órgão responsável pela promoção dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional - em 2008, 922 milhões de turistas

circularam pelo mundo, e pressupõe que no ano 2020 serão 1,6 bilhão de turistas pelo mundo. É o setor que mais desenvolve e gera riqueza no planeta. Com esse crescimento avassalador torna-se necessários estudos e pesquisas para minimizar os impactos causados pela quantidade de pessoas em deslocamento. Moesch (1999, p. 54) ressalta a importância dos estudos na academia, sejam universidades e/ou faculdades públicas ou particulares para uma construção de um saber-fazer turístico. Apesar do Turismo ser classificado no setor terciário ou de serviços, ele está além de ser uma indústria prestadora de serviços.

Para tratar o turismo como um objeto de conhecimento, se faz necessário compreender sua relação entre o objeto e o sujeito. Parafraseando Paviani (2009, p. 20) o conhecimento científico implica em uma relação de um saber-fazer ciência e saber-decidir e pensar. Nesse sentido Moesch (2004, p. 336) acredita que “o saber turístico é e será objeto de desconstrução”, pois o saber sofre um processo de deslegitimação. Torna-se necessário ressignificar as categorias que constituem o objeto turismo, investigar novas faces do fenômeno turístico requer uma concepção interdisciplinar e transdisciplinar do turismo enquanto ciência em formação.

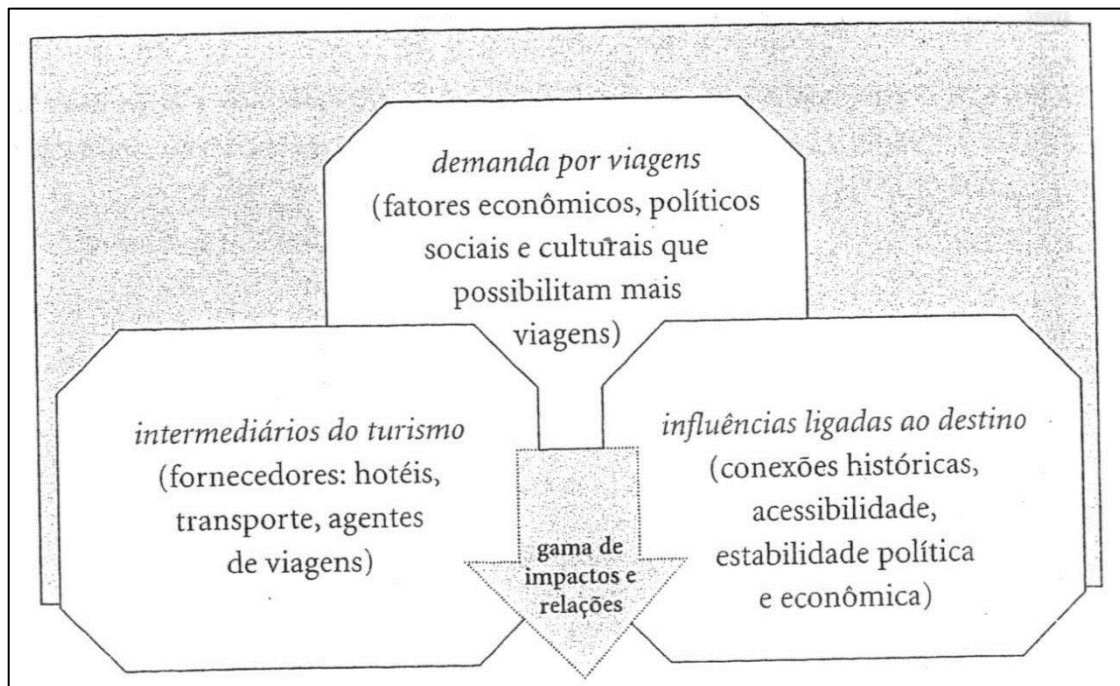
Para evoluirmos nesse sentido, não devemos nos limitar às compreensões reducionistas do turismo, ou seja, reduzir os fenômenos complexos do turismo a seus componentes mais simples e considerar estes últimos como mais fundamentais que os fenômenos complexos observados. Para Moesch (2004, p. 37), “reduzir sua compreensão somente a economia, é desconhecer a essência de um fenômeno que exerce uma pressão crescente sobre a produção da subjetividade social”. Ou seja, para a autora o turismo vai além de uma indústria de serviços, ele é um fenômeno social “com base cultural, com herança histórica, meio-ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais” (MOESCH, 2004, p. 15), suas dimensões estão além da economia, da política e da cultura de uma sociedade, pois existe uma experiência própria a cada sujeito que o pratica, ou seja, o turismo é um processo humano.

Ao investigar um fenômeno é necessário uma observação empírica efetiva. Entretanto se partimos do entendimento de que o turismo é um fenômeno social então ele é composto por “sujeitos” – grifo nosso – que são impactados e causam impacto. Esta relação entre sujeito-objeto está impregnada de subjetividade. Assim, Paviani (2009, p. 18) acredita que:

A investigação desse fenômeno unitário, linguagem-conhecimento-realidade pode ser analisada, ora sob o enfoque do conhecimento, ora da linguagem, ora da realidade; porém o que não pode é perder de vista a unidade que sustenta o fenômeno. O alargamento da noção de conhecimento envolve o entendimento e a sensibilidade. O agir e o fazer como modalidades do ato de conhecer. Portanto, além do conhecimento teórico ou científico, o ser humano possui conhecimentos pré-teóricos presentes no fazer e no agir cotidiano, nas relações entre ele e o mundo, tanto em relação aos outros quanto em relação às coisas.

Apesar dos avanços nas pesquisas sobre o fenômeno turístico, não há uma definição consensual para o turismo, pois existem diferentes interesses envolvidos e várias interpretações (ideologias) que carregam essas concepções, seja pelo interesse de apropriação do turismo como objeto de pesquisa de diferentes áreas de conhecimento (antropologia, economia, geografia, administração, dentre outras) como pelo mercado como forma de investimento do capital e apropriação-valorização de territórios. Para Burns (2002, p. 42), o único consenso existente, entre os pesquisadores, é sobre os elementos primários do turismo nos quais ele apresenta na figura 1:

Figura 1 - Elementos primários do Turismo



Fonte: Burns (2002, p. 43).

Algumas concepções teóricas das ciências humanas, ou interpretações foram ou têm sido utilizadas na construção teórica do turismo, porém, muitas contribuíram, mas não o suficiente para estabelecer uma epistemologia do turismo. A conceituação de turismo aceita internacionalmente, apesar das críticas, é da Organização Mundial de Turismo – OMT, que Moesch (2004, p. 27) apresenta como sendo “a soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporária e voluntária motivadas por razões alheias a negócios ou profissionais”.

O pesquisador espanhol Luiz Fernandez Fuster (1974), em sua obra “*Teoría y Técnica del Turismo*”, busca no funcionalismo fazer uma ligação entre teoria e técnica do turismo. Para ele, a abordagem do turismo deve ser científica, mas sempre vinculada a outras ciências como a economia, a estatística e a geografia, dentre outras.

Discussões sobre se o Turismo é ciência ou não, estão todavia na ordem do dia entre os investigadores. Mas entenda-se bem, sobre se é ciência própria e separada das demais, com características específicas, dado que os estudos do fenômeno turístico se realizam, como é lógico, com o auxílio de outras ciências: Economia, Estatística, Ciências Sociais, etc. (FUSTER, 1974, *apud*, MOESCH, 2004, p. 112).

Fuster (1974, *apud*, Moesch, 2004, p. 111) diz que a abordagem funcionalista busca uma concepção totalizante e sistêmica do turismo, ou seja, nos leva a ver o universo social, ou qualquer parte dele, como um sistema inter-relacionado, em que cada elemento constitutivo funciona em conjunto, ou seja, o funcionamento de cada elemento tem consequências sobre o funcionamento do todo.

A construção do conhecimento turístico para Fuster (1974) nos conduz a uma teoria Turística: a prática do Turismo. Assim, Moesch (2004, p. 113) esclarece que:

Teoria e técnica de um fenômeno social, econômico, político e cultural, não é ciência por suas incidências nestes campos nem pelo seu volume de pessoas sobre as quais age; será ciência por sua doutrina, sistematizada, lógica e válida.

Os teóricos funcionalistas analisam a sociedade no geral e cada elemento que a compõem, e como este elemento pode influenciar o sistema no qual ele está integrado. Porém, para o Turismo a concepção funcionalista se tornou estagnada e insuficiente para uma construção de uma cientificidade do fenômeno Turismo, que está em constante transformação, pois o toma como “algo dado”.

Não é que o funcionalismo seja falso: simplesmente é superficial. O funcionalismo ademais é estéril na prática, porque somente podemos alterar o curso das coisas manipulando seus mecanismos. Assim, é essencial para um mecânico que precise conhecer os mecanismos da máquina para repará-la, mas insuficiente para o cientista social explicar, encontrar as causas de uma crise conjuntural ou do fenômeno turístico em sua complexidade e interdisciplinaridade metodológica. (MOESCH, 2004, p. 119).

Acerenza (1991) em sua obra, *Administración del turismo: conceptualización y organización*, acredita que o pensamento científico do turismo partiu do ponto de vista das correntes de pensamento que teve sua origem nas chamadas teorias compensatórias. Para o autor as teorias compensatórias se agruparam em duas outras correntes de pensamento, as chamadas teorias humanistas e as teorias da alienação. As teorias humanistas entendem o ócio e o turismo com um conjunto de doutrinas e ideologias relacionadas as manifestações da personalidade humana. As teorias da alienação tiveram suas origens no marxismo e influência da Escola de Frankfurt, explicada no próximo tópico. E este autor destaca:

[...] ‘turismo de masas y la industria que lo genera’, manipulan y explotan a las personas, y agregan que no sólo tratan con individuos alienados en los países emisores, sino que llevan a las sociedades receptoras todo lo malo y nada e lo bueno que existe em los países desarrollados. (ACERENZA, 1991, p.26).

Para os fenomenológicos, o processo de conhecimento do turismo, seus fundamentos e suas principais características, está baseado na contemplação espiritual do objeto, é o estudo das essências. Os autores Molina e Centeno (1992) defendem a fenomenologia para o estudo do turismo, baseada na observação e na percepção do turismo.

Centeno (1992) desenvolve suas pesquisas questionando sobre a apreensão do conhecimento, a origem deste, e como o identificamos a partir de sua essência. Para Moesch (1999, p. 76) o autor é identificado como fenomenológico porque defende que a essência do conhecimento se encontra no dualismo sujeito e objeto: na interpretação de como se relaciona com o outro e que o conhecimento das coisas ocorre pela aparência que nos é representada. A autora aponta que a proposta de Centeno (1992) de ir além das aparências do fenômeno turístico não avança, é limitada, pois seu objeto de construção teórica são as manifestações aparentes de turismo e não sua essência como fenômeno interdisciplinar, objetivo e subjetivo. Na teoria proposta pelo autor o fundamento científico está dominado pelo princípio da casualidade. (Moesch,1999, p. 77-80).

Sérgio Molina (2003) também faz uso da fenomenologia para o estudo do turismo, acredita que essa abordagem proporciona um sentido mais humano para o desenvolvimento do turismo. Entretanto aprofundou sua pesquisa na construção de um novo paradigma, no qual ele denomina de pós-turismo. Para o autor o pós-turismo é uma ruptura com turismo tradicional.

Assim, acredita que:

O pós-turismo não exclui as manifestações conhecidas do turismo. Tampouco trata de propor que todas as manifestações conhecidas de turismo devam evoluir até o chamado pós-turismo. O pós-turismo é uma alternativa, uma opção para as sociedades que buscam novos sentidos e soluções para seus desafios, uma vez que procuram implementar os recursos provenientes do conhecimento e da tecnologia que produzem, acumulam e adotam. (MOLINA, 2003, p. 13).

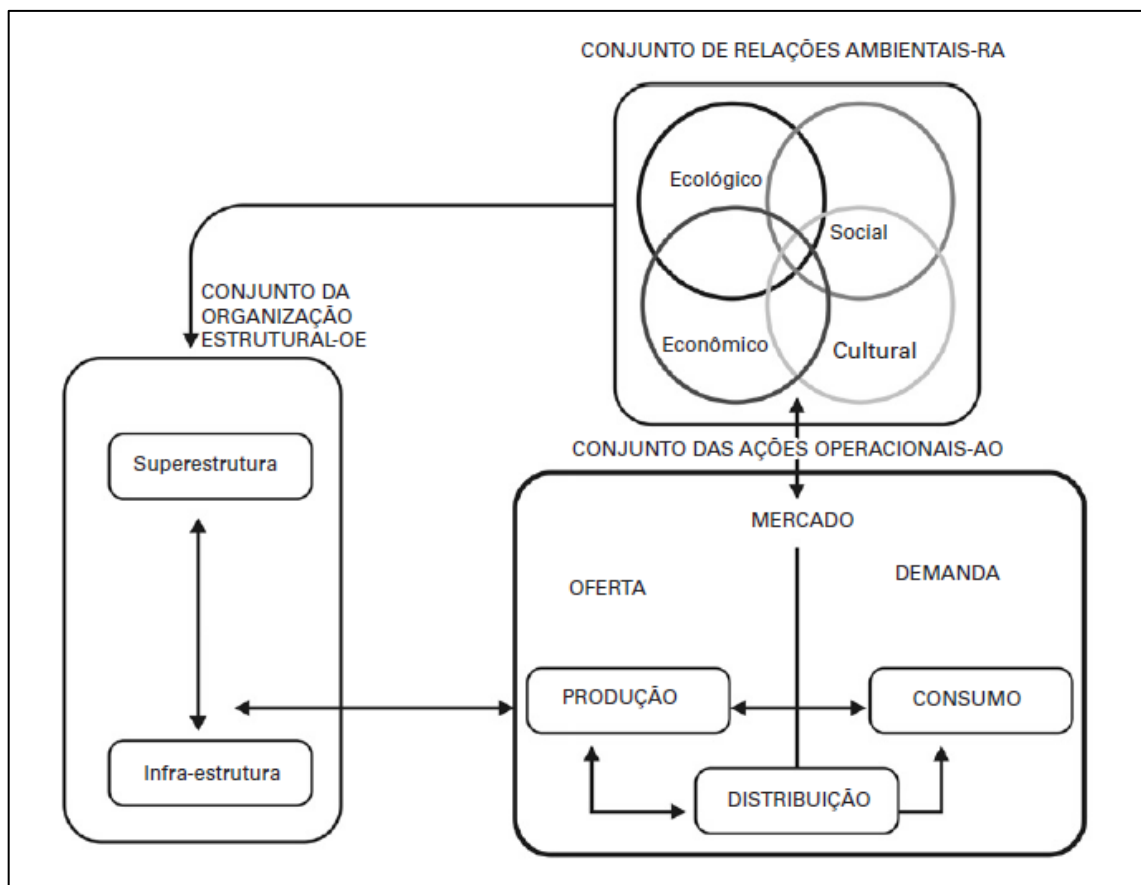
O autor apresenta uma categorização dos diferentes tipos de turismo que surgiram com as mudanças na sociedade, justificando que suas classificações “devem-se a conceitos e práticas diferenciadas e que não se excluem entre si no contexto do tempo, ou seja, que em uma mesma década ou lustro podem aparecer simultaneamente.” (MOLINA, 2003, p. 21-22). O pós-turismo é influenciado pelo surgimento de novas tecnologias de alta eficiência e os fenômenos sociais e culturais da década de 1990.

Assim, Molina (2003, p. 45-46) apresenta o pós-turismo:

O pós-turismo representa uma transformação radical [...] está condicionado por uma racionalidade que ultrapassa o empirismo radical, ou seja, a simples demonstração e comprovação quantitativa. A nova racionalidade compreende um discurso composto por percepções da ciência, mas também da subjetividade, mas também da literatura, da religião e das artes, entre outras fontes; discurso que se desenvolve e se aplica ao projeto dos espaços, a estilos de gestão, ao desenvolvimento de produtos e de serviços e a uma forma de utilizar o tempo livre de férias, por exemplo.

Os sistêmicos como Mario Beni (1998) aprofundaram-se no estudo do turismo fazendo uso da Teoria Geral de Sistemas, para construir modelos explicativos de relacionamento entre as partes e o todo, como expressa a figura 2 que segue:

Figura 2 - Sistema de Turismo (Sistur) de Mario Carlos Beni



Fonte: Beni, 1998.

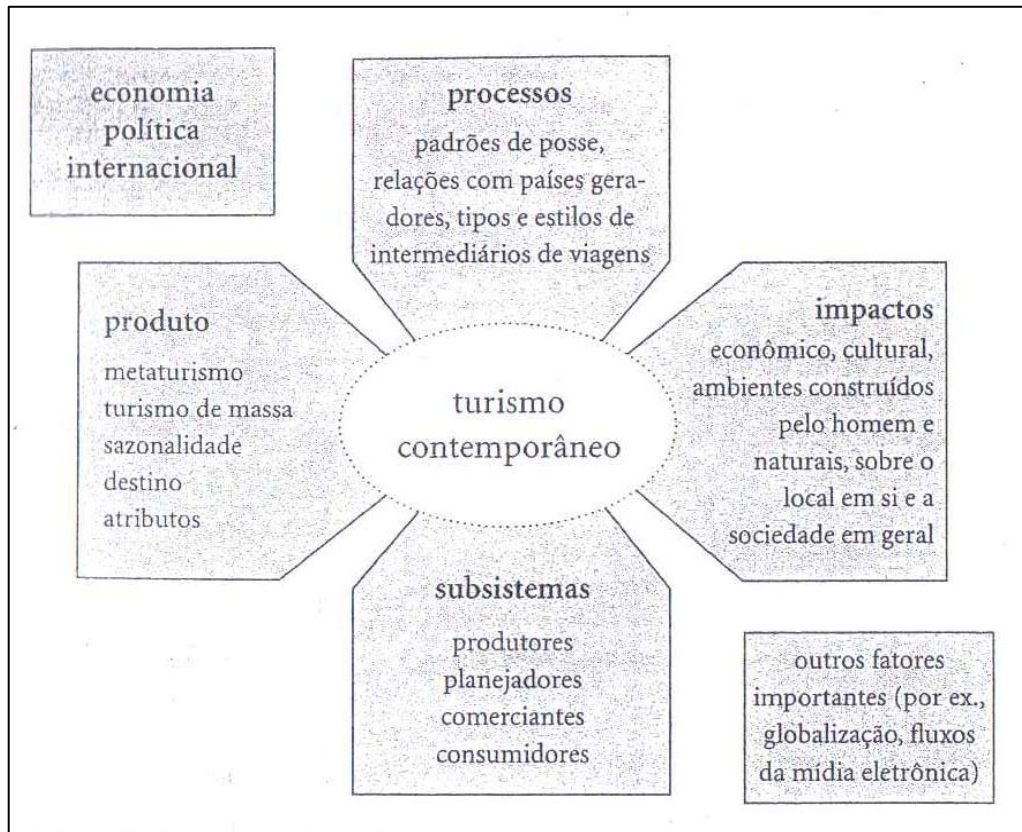
O Sistema de Turismo descrito por Beni (1998) é constituído por três conjuntos, cada qual com subsistemas: Conjunto das Relações Ambientais, que é composto pelos subsistemas ecológico, social, econômico e cultural; Conjunto da Organização Estrutural, composto pelos subsistemas superestrutura e infraestrutura e Conjunto das Ações Operacionais, composto pelos subsistemas mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo. O turismo é tratado na visão conjunta e relacionado dentro do sistema proposto. Na Teoria Geral dos Sistemas as variáveis, de um sistema, interagem umas com as outras de forma tão completa que causa e efeito não podem ser separados, ou seja, uma única variável pode, ao mesmo tempo, ser causa e efeito. “A realidade não permanecerá imóvel. Mas não pode ser desmembrada. Não será possível entender uma célula, a estrutura do cérebro, a família, uma cultura ou o Turismo se forem isolados de seus contextos. O relacionamento é tudo.” (MOESCH, 2004, p. 231- 232).

Burns (2002, p. 46) diz que uma das vantagens do enfoque sistêmico é que o turismo não é visto isolado de seu ambiente político, natural, econômico ou social. Ressalta, ainda, a iniciativa do pensamento interdisciplinar para uma melhor compreensão do turismo. “O conhecimento do sistema turístico em determinado destino permitirá uma melhor compreensão do processo do turismo.” (BURNS, 2002, p. 46).

Para o autor este enfoque sistêmico facilita a compreensão do turismo em conexão com a sociedade e o processo cultural. “Um estudo sobre o homem quando afastado do seu habitat costumeiro, da indústria que responde às suas necessidades e do impacto que tanto ele quanto a indústria têm sobre os ambientes sociocultural, econômico e físico hospedeiros.” (JAFARI, 1977, *apud*, Burns, 2002, p. 50).

Essa concepção se espelha no modelo da figura 3, que segue:

Figura 3 - Sistema Turístico (Burns & Hoden, 1995)



Fonte: Burns (2002, p. 46).

Para Burns (2002, p. 54) o turismo tem uma história de submissão entre os destinos receptivos submetendo-os às elites locais e empresas multinacionais e apresenta seis tópicos nos quais podem gerar uma série de debate sobre a complexidade do fenômeno turismo:

[...] as consequências do turismo sobre o modo como o patrimônio e a história são transmitidos em determinado local; as relações entre o marketing do turismo (especialmente a representação de culturas étnicas pelo Estado), a auto identidade um mundo 'menor' e cada vez mais homogêneo; [...] o paradoxo do potencial do turismo para a motivação e oferta de recursos para a defesa da identidade étnica ou grupal contra a ideia de que o turismo de massa tende a não levar à solidariedade e ao entendimento entre grupos étnicos diversos; os impactos reais e potenciais da expansão do turismo em áreas urbanas superpopulosas e com múltiplas comunidades, onde provavelmente já existem problemas e tensões; como desagregar o turismo das influências mais amplas e fenômenos tecnológicos e socioeconômicos; e o potencial do turismo para contribuir para o desenvolvimento da sociedade civil, pelo estímulo ao desenvolvimento justo. (BURNS, 2002, p. 54).

Marc Boyer (2003), na obra “História do Turismo de Massa” realiza uma pesquisa empírica sobre o lazer dos franceses, descrevendo uma epistemologia histórica do turismo, mediante fatos que demonstram o objeto turístico e sua relação com o sujeito protagonista do fenômeno. O autor diz que o turismo é um tipo de consumo, pois, não visa à satisfação de uma necessidade fundamental, para ele o turismo é um produto da evolução sociocultural. Ele não é um dado da natureza ou do Patrimônio Histórico, pois nenhum lugar é turístico em si, visto que o turismo é um produto da evolução cultural. E o define como um “conjunto de fenômenos resultantes da viagem e da estadia temporária de pessoas fora de seu domicílio, na medida em que este deslocamento satisfaz, no lazer, uma necessidade cultural da civilização da indústria.” (BOYER, 2003, p. 16).

Dentre os vários conceitos de Turismo analisados durante a pesquisa a definição de Moesch (2004), é a que mais contempla nossa proposição de análise. Pois, propõe uma visão dialética para as análises sobre o turismo. Assim, a autora define o turismo como:

[...] um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) sujeito(s), em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, portanto, explicitadores de uma estética diante da busca do prazer, assim denso de invariantes conceituais permitindo um movimento axiomático (em um nível pouco desenvolvido de teorização, a axiomatização pode ser vista, segundo a perspectiva da explicitação morfológica, como um processo de aproximação que tenta destacar invariantes conceituais). (MOESCH, 2004, p. 336).

Para compreensão desta pesquisa torna-se necessário explicitar o turismo como um fenômeno social, que proporciona uma experiência subjetiva em cada sujeito, ou seja, é uma relação entre sujeito-objeto.

1.2 AS CONCEPÇÕES TEÓRICAS SOBRE O TURISMO DE MASSA

O turismo de massa é uma das “invenções” do século XX. O modelo de turismo de massa proposto pelos autores pesquisados propõe elementos

quantitativos para explicar o fenômeno massa, ou seja, quanto mais pessoas em deslocamento melhor para o turismo e estes serão qualificados como: massa.

Boyer (2003) apresenta o desenvolvimento do que ele intitula de ‘turismo de massa’ na França e Inglaterra. Lugares desconhecidos são identificados por alguém original, da alta sociedade: príncipes (séculos XVIII e XIX) e logo substituídos pelos famosos (século XX). A mudança se situa na difusão, por muito tempo ela se fez somente pela imitação, “[...] cada estrato copiava os comportamentos e as escolhas da categoria imediatamente superior.” (BOYER, 2003, p. 32).

Os lugares mais desejados hoje, foram inventados numa época em que somente a elite era turista e continuam sendo o grande desejo dos turistas atuais. Depois veio a difusão do turismo no mundo do trabalho (a burguesia, seguida pela pequena burguesia e em seguida pelos operários); essa difusão foi facilitada pelos meios de comunicação de massa – a clientela virtual se amplia rapidamente. (BOYER, 2003, p. 34).

O autor explica essa evolução:

Sua difusão efetua-se por meio de uma capilaridade social que caracteriza a Segunda Idade da Humanidade: o conjunto de pessoas de alta renda – que representa cerca de 10% da população da Europa no século 19 – vai para as estações inventadas pelos guardiões culturais – *gatekeepers*, para temporadas consideradas elegantes. Depois do início do século 20, novas camadas sociais, burgueses, funcionários públicos, profissionais liberais, apropriaram das práticas e dos locais de turismo aristocrático. (BOYER, 2003, p. 9).

Para o autor inicia-se então a prática que ele denomina de turismo de massa – que, para o mesmo, leva o nome por comodidade. O autor ressalta que o grande “boom” do turismo de massa não foi em 1936, com o *Front Popular* - surgiu aí a expressão turismo popular³ - e sim no período pós-guerra – os Trinta Gloriosos⁴. Destaca a importância dos meios de comunicação no advento do turismo de massa nas divulgações dos modelos de vida. (BOYER, 2003, p. 9-10). Após os anos 50 o

³ Em 1841 o pastor Cook organizava suas primeiras excursões coletivas na Inglaterra com objetivo filantrópico – um esboço de um turismo social. (Boyer, 2003, p. 26).

⁴ Refere-se aos anos de 1945 a 1975 após o final da Segunda Guerra Mundial na França. Expansão econômica do pós-segunda guerra.

termo turismo popular foi trocado por turismo social. Porém, o termo turismo social não se propagou. Assim, acredita que:

Nenhum turista se declara turista social. [...] Seu aspecto de 'acessibilidade a todos' leva-o a ser considerado como um 'turismo de desconto', um 'turismo para os de baixa renda' ou a ser confundido com um produto de grande difusão, fabricado pelas operadoras. (BOYER, 2003, p. 14-15).

Deprest (1997) confirma, em seu livro *Inquérito sobre o turismo de massa*, que foi durante os anos de 1950 e 1970 que surgiu o termo turismo de massa. Referindo-se ao aumento significativo de pessoas que viajavam de férias. Com as conquistas trabalhistas dos séculos XIX e XX o turismo foi intensificado, entretanto, ressalta-se que a apropriação só foi possível, à medida que os trabalhadores tiveram acesso aos seus direitos. Como explica Boyer (2003, p. 9-10) ao demonstrar o surgimento do turismo de massa na França, que só ocorre a partir de 1936, quando há ganhos sociais advindos do movimento operário, principalmente o direito a férias remuneradas e a folgas, elementos conquistados pelos trabalhadores, sendo o grande motivador do turismo de massa.

Estas relações objetivas registrar-se-iam na forma de *habitus*, ou seja,

[...] um sistema de disposições duráveis e transferíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, apreciações e ações, e torna possível ações, a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças a transferências analógicas de esquemas que permitem resolver os problemas da mesma forma e graças às correções incessantes dos resultados obtidos, dialeticamente produzidos por estes resultados. (MICELI *in* BOURDIEU, 2003, p. XLI).

Nesse sentido o *habitus* desempenha a função de uma estrutura intermediária, que realiza a mediação entre as chamadas condições objetivas - regras de ação de cada espaço social - de funcionamento de uma sociedade e as aptidões subjetivas dos membros desta sociedade. Para o turismo a experiência do turista é produto de um *habitus*, pois, ao compararmos dois turistas, de acordo com o conceito de *habitus* proposto pelo autor, eles serão expostos a *habitus* diferentes, que irá gerar estímulos e campos diferentes. Nesse sentido o autor destaca-se que "a ação não é mais considerada como simples execução, mas sim como núcleo de

significação do mundo; a sociedade não existe como totalidade, mas como intersubjetividade que tem origem na ação primeira do sujeito.” (BOURDIEU, 1994, p. 12).

A ideia de sistemas simbólicos – constituídos em campos, produzindo e reproduzindo *habitus* – teria nos discursos os seus campos de força, embora a força de comunicação destes mesmos discursos “nunca está inteiramente no discurso, nem mesmo nas relações de comunicação; uma verdadeira ciência do discurso deve buscá-la no discurso mas também fora dele, nas condições sociais de produção e de reprodução dos produtores e receptores e da relação entre eles [...]” (BOURDIEU, 1983, p.162).

O sistema simbólico em Bourdieu, segundo Miceli (*in* BOURDIEU, 2003, p. XV), teria uma lógica própria, ou seja, funcionaria como texto. A produção simbólica, por sua vez, seria um microcosmo da luta simbólica entre classes e, quando, e se alcançada a sua autonomização, passaria a se constituir como um campo, ou seja, um campo de produção como espaço social de relações objetivas. Mais especificamente, entenda-se campo como o “espaço onde se manifestam relações de poder, o que implica afirmar que ele se estrutura a partir da distribuição desigual de um quantum social, o quantum entendido como capital social”. (ORTIZ *in* BOURDIEU, 1983, p. 21). Falar em autonomia deste campo “implica a existência de uma relativa independência dos campos em relação às transformações políticas e econômicas que ocorrem na sociedade.” (ORTIZ *in* BOURDIEU, 1983, p. 27).

Dentro desta perspectiva voltada ao turismo entende-se que o *habitus* produz estilos de vida, o que justifica que turistas desejem lugares turísticos diferentes uns dos outros, “uma vez que todo ator age no interior de um campo socialmente predeterminado.” (BOURDIEU, 1994, p. 19).

Bourdieu (1994, p. 17) diz que o *habitus* se apresenta como social e individual, ou seja, a um grupo ou a uma classe, mas também ao elemento individual. No centro desta discussão entre o turismo e suas relações está o turista. Burns (2002, p. 61) cita as definições e categorizações que o autor Erik Cohen faz sobre turistas. As descrições dessas tipologias estão no quadro 1.

Quadro 1 - Tipologias dos turistas (Cohen, 1974)

turistas de massa organizados	altamente dependentes de uma “bolha ambiental” criada, suprida e mantida pela indústria internacional do turismo. Seu consumo é caracterizado por feriados com pacotes completos e recheados de atrações. A familiaridade domina; a novidade inexistente ou é altamente controlada
turistas de massa individuais	esses usarão as facilidades institucionais do sistema turístico (vôos marcados, reservas centralizadas, <i>transfers</i>) para antecipar o máximo possível de suas necessidades antes de saírem de casa; talvez visitem os mesmos locais que os turistas de massa, mas seguem seus próprios interesses
exploradores	a expressão mais importante, aqui, é “ir aonde ninguém vai”. Costumam guiar-se apenas por um artigo sobre viagens em vez de escolherem seu destino através de uma brochura turística. Este tipo entrará na bolha de conforto se a situação mostrar-se difícil demais
alternativos	este tipo de turista busca o ineditismo a todo custo, e até mesmo o desconforto e o perigo. Eles tentam evitar qualquer contato com os “turistas”. A novidade é seu objetivo total; seus padrões de gasto tendem a beneficiar os estabelecimentos periféricos, em vez de grandes companhias

Fonte: Burns (2002, p. 62). Adaptado.

Essas tipologias acabam por classificar e massificar, como veremos no capítulo sobre a indústria cultural, a palavra turista de acordo com estilo de vida, comportamento, atitudes em relação à vida e instituições sociais. Burns (2002, p. 66) cita alguns autores que relacionam o turismo com o consumo: Selwyn, T. (1996) - *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourist* - “a cultura passa por um processo de mercantilização sob a influência de turistas culturalmente impregnados pelo fetiche do consumo”.

Valene Smith (1977, *apud*, Burns, 2002, p. 65) na qual define os turistas de massa como sendo “um fluxo constante de visitantes com rendimentos e valores de classe média, esperando ser recebidos por funcionários bilíngues nos hotéis e ter suas necessidades atendidas. Eles esperam encontrar os confortos ocidentais”.

Turistas de massa são percebidos como devoradores da paisagem, consumidores da natureza: desde o século XVIII houve a necessidade dos nobres deslocarem-se pelo campo, pois o romantismo imperava como estilo de vida, assim no século XIX as casas de campo se multiplicaram no século XX se popularizou o turismo rural, como reencontro bucólico. “O turismo contemporâneo é o herdeiro das formas elitistas. Passou-se de um pequeno número às massas sem revolucionar o conteúdo”. (BOYER, 2003, p. 31). Para Boyer na prática nada mudou a não ser a quantidade de turistas. Os problemas atuais perante o desenvolvimento desenfreado “consiste em transportar estas massas, alojá-las, regularizar o seu fluxo, chamar a atenção, despertar o seu desejo, mas não em renovar o turismo.” (BOYER, 2003, p. 62).

O turismo do século XX não mudou o discurso, ele reforçou o esquema do desenvolvimento turístico com suas três fases: invenção de distinção, difusão e apropriação dos modelos por classes inferiores. (BOYER, 2003, p. 63).

Para Moesch (2004, p. 142) Boyer descreve o turismo de massa pela quantidade de turistas que a ele acessam, mas não diz quais foram os seus desejos e motivações, pois considera todas as formas de turismo uma imitação dos lazeres elitistas. “Seu texto é empírico, utiliza-se da descrição para recuperar o uso do tempo de lazer da sociedade industrial”. (MOESCH, 2004, p. 142).

Boyer (2003) não realiza uma reflexão efetiva sobre o turismo enquanto fenômeno social. O autor favorece o que o aproxima mais da enunciação cronológica do desenvolvimento do turismo de massa. Cita alguns elementos que o aproximam a constituição do trabalho moderno e a teoria do lazer com o desenvolvimento do chamado turismo de massa na França e Inglaterra.

Urry (2001) identifica o turismo de massa como resultado das contradições inerentes ao sistema capitalista em constituição. E, caracteriza o turismo de massa como uma forma de atividade social surgida a partir das cidades do norte da Inglaterra e sua classe trabalhadora industrial e ressalta que o crescimento deste

tipo de turismo representa uma democratização da viagem, uma vez que seus antecedentes históricos remontam a uma prática social claramente seletiva. No entanto, esclarece que este consumismo não é necessariamente materialista. Este pode ser simplesmente a busca de vivenciar uma realidade. O autor salienta que numa sociedade marcada pela exploração máxima do trabalho e pela instituição do lazer controlado, o turismo em grande escala será uma conquista do trabalhador.

O turismo é recheado de alto valor simbólico, conjugado entre o atributo e o atribuído, portanto é também um processo humano que necessita de ressignificações às relações impositivas, aos códigos capitalistas e aos valores colocados como bens culturais. O avanço do fenômeno turístico, através de sua utilidade, permite aos economistas ampliar o crescimento das taxas de desenvolvimento das diferentes regiões. Este contexto histórico corrobora com a vertente pragmática, onde o Turismo é tomado como uma atividade de forte apelo econômico. Quanto mais cresce, mais gera novas necessidades: hotéis, estradas, comunicações, restaurantes, artesanatos, entretenimento, gerando uma espiral de bens e serviços, os quais, para servirem aos turistas, empregam mais mão-de-obra. Sendo também, segundo os economistas, o único setor que tem duas fontes de alimentação, pois sua dinâmica é dada pelo investimento que gera emprego e a capacidade interna de consumo e de poupança e pela injeção externa que é o gasto dos turistas. Portanto, amplia seu apelo economicista como negócio, onde as localidades deveriam lutar tanto ou mais para atrair turistas quanto para atrair investimentos.

Para explicar os discursos, é preciso conhecer as condições de constituição do grupo no qual ele funciona; a ciência do discurso deve levar em conta não somente as relações de força simbólica que se estabelecem no grupo em questão – que fazem com que alguns estejam impossibilitados de falar (por exemplo, os turistas) ou devam conquistar seu público, enquanto que outros estão em país conquistado – mas também as próprias leis de produção do grupo que fazem com certas categorias ausentes (ou representadas somente por porta-vozes). Estas condições ocultas são determinantes para compreender o que pode ou não pode ser dito num grupo. (BOURDIEU, 1983, p. 163).

Assim o autor esclarece que:

O que pode ser dito e a maneira de dizê-lo numa circunstância determinada dependem da estrutura da relação objetiva entre as posições que o emissor e o receptor ocupam na estrutura de distribuição do capital linguístico e das outras espécies de capital. Toda expressão verbal, quer se trate de uma conversa entre amigos, do discurso de aparato de um porta-voz "autorizado" ou de um trabalho científico, leva a marca, em seu conteúdo e sua forma, das condições que o campo considerado assegura aquele que o produz em função da posição que ele ocupa. A razão de ser de um discurso nunca reside completamente na competência propriamente linguística do locutor; ela reside no lugar socialmente definido a partir do qual ele é proferido, isto é, nas propriedades pertinentes de uma posição no campo das relações de classe ou num campo particular, como o campo intelectual ou o campo científico. (BOURDIEU, 1983, p. 173).

1.3 TEORIA CRÍTICA E A CONCEPÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL, PRODUÇÃO E CONSUMO DE MASSA

1.3.1 A Escola de Frankfurt e a construção da Teoria Crítica

Antes de iniciar uma análise mais aprofundada sobre a teoria crítica e a indústria cultural, é importante entender o contexto histórico em que a questão foi inicialmente formulada. E, foi neste contexto – de derrotas dos movimentos trabalhistas na Europa após a Primeira Guerra Mundial, a degradação dos partidos de esquerda na Alemanha, a Revolução Russa, a ascensão do nazismo e fascismo, a Segunda Guerra Mundial e o desenvolvimento maciço e irrefreável da sociedade tecnológica - que surgiu o Instituto de Pesquisas Sociais (*Institut für Sozialforschung*), posteriormente, chamado de Escola de Frankfurt. (D'ANGELO, 2011, p. 60).

Fundado em 1924, na cidade de Frankfurt, na Alemanha, por Félix Weil, o Instituto de Pesquisas Sociais, embora fosse vinculado à Universidade de Frankfurt, tinha autonomia intelectual e financeira. (MATOS, 1993, p. 11). Seu primeiro diretor foi o economista austríaco Carl Grünberg, até 1930 e a partir de 1931, Max Horkheimer assume o cargo. A Revista para a Pesquisa Social era o meio de comunicação e divulgação das pesquisas realizadas pelo Instituto. (MATOS, 1993, p. 12).

Em 1932, porém, Horkheimer deu vida à "Revista de pesquisa social", [...] que se apresentava com um posicionamento certamente "socialista" e "materialista", cuja tônica, porém, era posta na totalidade e na dialética: a pesquisa social é "a teoria da sociedade como um todo"; ela não se resume ou se dissolve em investigações especializadas e setoriais, mas tende a examinar as relações que ligam reciprocamente os âmbitos econômicos com os históricos, bem como os psicológicos e culturais, a partir de uma visão global e crítica da sociedade contemporânea. (ANTISERI; REALE, 2006, p. 470).

A Escola de Frankfurt seria o ponto de convergência de um grupo de pensadores nascidos na virada do século XIX para o XX, os primeiros membros do grupo foram os economistas Friedrich Pollock e Henryk Grossmann, o sociólogo Karl-August Wittfogel, o historiador Franz Borkeu e o filósofo Max Horkheimer, aos quais se uniria pouco depois o filósofo, musicólogo e sociólogo Theodor Wiesengrund Adorno. Entrariam depois para o grupo o filósofo Herbert Marcuse, o sociólogo e psicanalista Erich Fromm, o filósofo e crítico literário Walter Benjamin, o sociólogo da literatura Leo Lowenthal e o politólogo Franz Neumann. (ANTISERI; REALE, 2006, p. 471).

O objetivo inicial do instituto, sobre forte influência marxista, deu lugar a um projeto filosófico e político único, ao propor uma teoria crítica que fosse capaz de apreender a sociedade do início do século XX. (RÜDIGER, 2004).

Nesse contexto, é preciso esclarecer que o nome "Escola de Frankfurt", foi uma questão de interesses, para fortalecer e amplificar as intervenções no debate público alemão das décadas de 1950 e 1960. Horkheimer é a figura central desse movimento, pois, torna-se reitor da Universidade. A seu lado, está Adorno que o sucedeu na direção do Instituto em 1958. (NOBRE, 2004, p. 19).

A relação entre a Escola de Frankfurt e a teoria crítica, está ligada ao contexto político da época. Horkheimer ao lançar as bases do materialismo interdisciplinar, em 1931, no seu discurso de posse, já tinha diante de si a vertiginosa ascensão do movimento nazista. Ou seja, os riscos eram presentes a um Instituto declaradamente marxista. Em 1933, quando Hitler torna-se chanceler do governo alemão, o Instituto abandona as instalações em Frankfurt e transfere-se para Genebra. Horkheimer é exonerado de suas funções na Universidade, as instalações do Instituto em Frankfurt foram depredadas pelos nazistas e a editora

alemã da revista não poderia mais publicá-la. Inicia-se o longo exílio do Instituto e de seus pesquisadores, que iria durar até 1950. (NOBRE, 2004).

O fortalecimento do nazismo e a ascensão de Hitler ao poder, em 1933, dificultaram, mas não impediram, o trabalho do Instituto, que, surpreendentemente, conseguiu ter durante a década de 1930 uma produção extraordinária vitalidade, considerada por muitos estudiosos essa corrente de pensamento seu período mais fecundo. [...] nessa época trabalhos fundamentais para a compreensão das origens da ‘servidão voluntária’ em nossa sociedade e da degradação da teoria marxista em ideologia, que veio a ser a marca do marxismo na União Soviética. Há também estudos relevantes sobre o papel da família, a construção das subjetividades, a relação entre superestrutura e infraestrutura, a arte, a indústria cultural. (D’ANGELO, 2011, p. 58).

A mudança interferiu nos escritos dos teóricos daquela geração que ficaram marcados pela temática do antissemitismo. Desta forma, boa parte das produções - como “A dialética do esclarecimento” - foi realizada durante o período de exílio e após a guerra o núcleo original havia perdido Benjamin, que cometeu suicídio em 1943, e Marcuse, que optou por permanecer nos Estados Unidos. (MATOS, 1993).

O pensamento e a inquietação em comum entre os pesquisadores estavam na teorização de uma sociedade que permitisse a construção de um conhecimento emancipatório. O caminho a ser trilhado, pelos pesquisadores, foi a teoria crítica da sociedade, cada qual com caminhos diferentes: através da arte, da dialética negativa, da crítica à tecnologia, à ciência positiva e ao capitalismo.

Foi com a divulgação do ensaio “Teoria Tradicional e Teoria Crítica”, de 1937, que Horkheimer tematiza pela primeira vez o conflito existente entre dialética e positivismo. Contrapõe a filosofia de Descartes - teoria tradicional - ao pensamento de Marx - teoria crítica. Nobre (2004, p. 22) reforça que “Nos escritos de Horkheimer da década de 1930, o campo da teoria crítica tem como critério de demarcação fundamental o seguinte: produz teoria crítica todo àquele que desenvolve seu trabalho teórico a partir da obra de Marx”.

Horkheimer considera que a característica central da teoria tradicional e sua grande aspiração é a formulação de princípios gerais com coerência interna. A teoria crítica sempre se recusou a separar pensamento e ação e a estabelecer uma hierarquia reconhecendo a superioridade da teoria em relação à crítica. (D’ANGELO, 2011, p. 59)

A teoria crítica também é responsável pela mais significativa resposta de Frankfurt ao domínio da ciência positiva: a dialética negativa.

Foi com a Dialética Negativa (1966) que Adorno (1903-1969) rejeita a dialética da síntese e da conciliação; e escolhe a dialética negativa, uma perspectiva que desengonça as pretensões da filosofia de agarrar, com a força do pensamento, toda a realidade, e de revelar seu "sentido" escondido e profundo. Apenas negando a identidade de ser e pensamento é possível desmascarar os sistemas filosóficos (idealismo, positivismo, marxismo oficial, iluminismo etc.) que "eternizam" o estado presente, proibem qualquer mudança e tentam ocultar aquilo que, ao contrário, a dialética negativa traz à luz: o individual, o diferente, o marginal, o marginalizado. (ANTISERI; REALE, 2006, p. 473).

1.3.2 A concepção da indústria cultural e o consumo de massa

A expressão "indústria cultural" foi empregada pela primeira vez no contexto da crítica a razão moderna que Adorno e Horkheimer propuseram no livro *Dialética do Esclarecimento* (1947). Para os autores com o progresso da razão, em vez da humanidade entrar em um estado de igualdade, liberdade e felicidade para os indivíduos, ela sucumbiu a um estado de barbárie e regressão social. Contextualizando: era 1944, a Segunda Guerra Mundial estava em curso, a revolução social fracassara, já não havia mais a figura do estado liberal. Na Europa, a barbárie nazista ainda não terminara, e o socialismo consumira-se no sistema totalitário. (RÜDIGER, 2004). O exílio nos Estados Unidos permitiu que os pesquisadores frankfurtianos observassem de perto a sociedade industrial de massas em seu estágio inicial de desenvolvimento.

Os pesquisadores da Escola de Frankfurt ressaltam que o objetivo do esclarecimento é livrar os homens do medo, dissolver os mitos e substituir a imaginação pelo saber. Ao identificá-lo com a mistificação das massas, afirmaram que:

O segmento sobre a "indústria cultural" mostra a regressão do esclarecimento à ideologia, que encontra no cinema e no rádio sua expressão mais influente. O esclarecimento consiste aí, sobretudo, no cálculo da eficácia e na técnica de produção e difusão. Em conformidade com seu verdadeiro conteúdo, a ideologia se esgota na idolatria daquilo que existe e do poder pelo qual a técnica é controlada. No tratamento dessa

contradição, a indústria cultural é levada mais a sério do que gostaria. Mas como a invocação de seu próprio carácter comercial, de sua profissão de uma verdade atenuada, há muito se tornou uma evasiva com a qual ela tenta furtar-se à responsabilidade pela mentira que difunde, nossa análise atém-se à pretensão, objetivamente inerente aos produtos, de serem obras estéticas e, por isso mesmo, uma configuração da verdade. Ela revela, na nulidade dessa pretensão, o carácter maligno do social. O segmento sobre a indústria cultural é ainda mais fragmentário do que os outros. (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 16).

Horkheimer e Adorno (1985, p. 118) dizem que toda a sociedade é forçada a passar pelo crivo da indústria cultural. A sociedade tecnológica contemporânea para alcançar sua funcionalidade pôs em funcionamento uma poderosa máquina: a indústria cultural. Que possui como aliada os meios de comunicação, que, com uma forte influência impõem valores e modelos de comportamento, cria necessidades e estabelece a linguagem, que são uniformes porque devem alcançar a todos; não emancipam, nem estimulam a criatividade, pelo contrário, irá bloqueá-la, pois, os indivíduos recebem passivamente as mensagens. (ANTISERI; REALE, 2006, p. 474).

Horkheimer e Adorno acreditavam que a humanidade é composta por consumidores, e, está dividida em níveis de consumo. Cada grupo está mapeado e deve consumir a gama de opções a sua disposição.

O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidades em série serve somente à quantificação mais completa, cada um deve se comportar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível, determinado a priori por índices estatísticos, e dirigir-se à categoria de produtos de massa que foi preparada para o seu tipo. (ADORNO, 2002, p. 7).

A indústria cultural, entretanto, surgiu para substituir o termo cultura de massas, que para os autores não passa de uma falsa ideia sobre o consumo, a qual satisfaz os interesses dos meios de comunicação, pretendendo dar a entender que se trata de algo como uma cultura que brota espontaneamente das próprias massas. “A cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si.” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 113).

Para Rüdiger (1998, p. 18) a Indústria cultural não é um conceito empírico-descritivo, ela possui um sentido dialético e refere-se antes de mais nada ao

“processo de transformação da cultura em mercadoria mas, também, de transformação da mercadoria em matriz de cultura, que tem lugar na baixa modernidade”.

Inicialmente, os intelectuais de Frankfurt condenavam o sistema capitalista, que levava à acumulação injusta de bens apenas pelos detentores dos meios de produção, em detrimento das massas que vendiam sua força de trabalho. Acreditavam que a ciência positiva era capaz de libertar a humanidade dos mitos e medos ancestrais e levá-la à construção de um conhecimento livre e emancipatório. A produção capitalista, o desenvolvimento tecnológico e comunicação de massa implicaram em profundas transformações na relação do ser humano com o mundo, com a arte e com o trabalho. A indústria cultural realizou o indivíduo como ser genérico, ser consumível. “Os produtos da indústria cultural podem estar certos de serem jovialmente consumidos, mesmo em estado de distração. Mas cada um destes é um modelo do gigantesco mecanismo econômico que desde o início mantém tudo sob pressão, tanto no trabalho quanto no lazer, que tanto se assemelha ao trabalho.” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 119).

Para Antiseri e Reale (2006, p. 474) o divertimento e o lazer não são mais sinônimo de recreação e liberdade. Pois, o indivíduo se submete os horários de divertimento impostos e fixados pela indústria cultural, como também se submete às regras do “tempo livre”, que é tempo programado pela indústria cultural. “A apoteose do tipo médio pertence ao culto daquilo que é barato”. Desse modo, a indústria cultural não vincula propriamente uma ideologia: “ela própria é ideologia, a ideologia da aceitação dos fins estabelecidos por ‘outros’, isto é, pelo sistema.” (ANTISERI; REALE, 2006, p. 474).

Voltando a reflexão de Adorno e Horkheimer no qual eles escreveram que este modelo proposto pela indústria cultural é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ou seja, para eles “a mecanização adquiriu tanto poder sobre o homem em seu tempo de lazer e sobre sua felicidade, determinada integralmente pela fabricação dos produtos de divertimento, que ele apenas pode captar as cópias e as reproduções do próprio processo de trabalho.” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 128). Assim, acreditam que:

A análise feita por Tocqueville há cem anos foi plenamente confirmada. Sob o monopólio privado da cultura sucede de fato que "a tirania deixa livre o corpo e investe diretamente sobre a alma". Aí, o patrão não diz mais: ou pensas como eu ou morres. Mas diz: és livre para não pensares como eu, a tua vida, os teus bens, tudo te será deixado, mas, a partir deste instante, és um intruso entre nós. Quem não se adapta é massacrado pela impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do isolado. Excluído da indústria, é fácil convence-lo de sua insuficiência. Enquanto agora, na produção material, o mecanismo da demanda e da oferta está em vias de dissolução, na superestrutura ele opera como controle em proveito dos padrões. Os consumidores são os operários e os empregados, fazendeiros e pequenos burgueses. A totalidade das instituições existentes os aprisiona de corpo e alma a ponto de sem resistência sucumbirem diante de tudo o que lhes é oferecido. (ADORNO, 2002, p. 15-16).

De acordo com Sá (2010) o termo “cultura de massa” pode ser recombinação para cultura da mídia, pois o sentido massa perde força, com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, nas alterações impostas tanto na produção como na recepção do material simbólico à disposição na contemporaneidade. Neste contexto, Adorno e Horkheimer investigam o poder de manipulação dos meios de comunicação de massa sobre a consciência dos indivíduos, que se tornou tão caro ao movimento do proletariado, tanto na Europa, como nos Estados Unidos, minando as esperanças revolucionárias de emancipação. A indústria cultural inibe a crítica e “confere a tudo um ar de semelhança.” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 15).

E argumentam que:

Os pacotes turísticos não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia. Esta deverá legitimar o lixo que produzem de propósito. Os pacotes turísticos se auto definem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos. (ADORNO, 2002, p. 6 - adaptado).

A cultura transformada em mercadoria, perde sua característica de cultura, e, se turismo é cultura e essa foi transformada em mercadoria o turismo como prática de consumo se reduz ao produto + cidade/destino turístico e passa a ser meramente um valor de troca. Assim como nas demais mercadorias, a cultura só tem valor na medida em que pode ser trocada, não na medida em que é algo em si mesma. Para Adorno e Horkheimer (1985, p. 148):

O que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor. O consumidor torna-se a ideologia da indústria da diversão, de cujas instituições não consegue escapar [...] Tudo só tem valor na medida em que se pode trocá-lo, não na medida em que é algo em si mesmo. O valor de uso da arte, seu ser, é considerado como um fetiche, e o fetiche, a avaliação social que é erroneamente entendida como hierarquia das obras de arte – torna-se seu único valor de uso, a única qualidade que elas desfrutam.

Nos anos de 1970, Umberto Eco distingue aqueles que são adversários da indústria cultural, ou seja, os apocalípticos, que acreditam que a indústria cultural é um estado avançado de "barbárie cultural" capaz de produzir ou acelerar a degradação do ser humano. E os integrados, que seria a revelação, para o ser humano, das significações suas e do mundo, ou seja, é o primeiro processo democratizador da cultura, ao colocá-la ao alcance da massa. (COELHO, 2003).

Guy Debord (1997), em sua obra *A Sociedade do Espetáculo* de 1967, compartilha da mesma visão crítica da sociedade de Adorno e Horkheimer, a vida das sociedades modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos.

Assim, acredita que:

O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. As suas diversidades e contrastes são as aparências organizadas socialmente, que devem, elas próprias, serem reconhecidas na sua verdade geral. (DEBORD, 1997, p. 11).

Apesar do autor defender a luta de classes, a “tomada” de poder pelos trabalhadores, e a democracia. Para ele é preciso emancipar-se do espetáculo, mas nem o indivíduo isoladamente nem a multidão sujeita a manipulação são capazes de realizar esse feito. A sociedade do espetáculo, para Debord (1997) é o lugar da separação do trabalho e da alienação das massas e da “conservação da inconsciência na mudança prática das condições de existência.”

A palavra “massa” é rica de sentidos e, por isso mesmo, digna de debate. A consolidação do termo massa surgiu no final do século XIX, principalmente na França. (COHN, 2014). Muitos autores relacionam a palavra massa como sinônimo

de número e quantidade, ou seja, um fenômeno é de massa quando uma grande parte da sociedade é envolvida. Logo o sentido de massa é considerado na sua totalidade, como se o número fosse corpo: já não há indivíduos, o indivíduo apaga-se. O conceito de massa remete a ideia de que uma multidão de indivíduos, separados no espaço e socialmente podem construir fenômeno de massa. (DEPREST, 1997).

Com uma noção descritiva, o autor Cohn (2014, p. 27) diz que o “termo massa designa uma coletividade de grande extensão, heterogênea quanto a origem social e espacial dos seus membros e desestruturadas socialmente”. Neste sentido, a noção de massa distingue certas formas de agrupamento humano, e de comportamentos coletivos até as formas mais estruturadas de grupos sociais.

Outros autores dedicam suas pesquisas à questão do consumo da cultura produzida pelos meios de comunicação de massa e ressaltam que há uma certa forma de nivelamento cultural entre os grupos sociais e ainda que as mídias provoquem uma alienação cultural, uma aniquilação de qualquer capacidade criativa do indivíduo, que, dessa forma, não teria meios de escapar à influência da mensagem transmitida. A noção de cultura de massa, com ênfase na década de sessenta, relaciona-se à sua imprecisão semântica e à associação paradoxal, do ponto de vista da tradição humana, dos termos cultura e massa. Muitos autores utilizam desta noção, errônea, para embasar análises de orientação sensivelmente diferentes. A noção de massa é imprecisa e que possui duplo sentido. (CUCHE, 1999).

Ora, a noção de massa é imprecisa, pois segundo as análises, a palavra "massa" remete tanto ao conjunto da população como ao seu componente popular. Evocando sobretudo este segundo caso, certos pesquisadores chegaram até a denunciar o que eles consideram um "embrutecimento" das massas. Estas conclusões vêm de um duplo erro. Por um lado, confunde-se "cultura para as massas" e "cultura das massas". Não é porque certa massa de indivíduos recebe a mesma mensagem que esta massa constitui um conjunto homogêneo. É evidente que há uma certa uniformização da mensagem midiática mas, isto não nos permite deduzir que haja uniformização da recepção da mensagem. Por outro lado, é falso pensar que os meios populares seriam mais vulneráveis à mensagem da mídia. Estudos sociológicos mostraram que a penetração da comunicação da mídia é mais profunda nas classes médias do que nas classes populares. (CUCHE, 1999, p. 158).

Adorno (2002) diz que a “cultura é uma mercadoria paradoxal”. Já Freud, citado por Cohn (2014) descreve cultura, em seu sentido mais amplo, para ele a cultura é “o conjunto de conhecimento e técnicas adquiridas pelos homens para dominar as forças da natureza e trazer os seus bens para a satisfação das necessidades humanas”, ou seja, se o lazer torna-se uma necessidade humana, então, o turismo como expressão deste é também uma sociedade em movimento, desta forma ele se opõe ao indivíduo isolado, isso ocorre porque “cada cultura tem que ser edificada sobre a coerção e a renúncia aos impulsos.” (COHN, 2014, p. 37). O mesmo autor ressalta que cada indivíduo é parte componente de muitas massas, mediante identificação, ou seja, fazem parte de múltiplas mentalidades de massa, da sua raça, do seu status, da comunidade de crença, da nacionalidade etc., e pode alçar-se acima disso no sentido de uma parcela de independência e originalidade. (COHN, 2014)

Para Bourdieu as práticas culturais estão estreitamente ligadas à estratificação social. O autor relaciona a cultura, no sentido antropológico, ao conceito de *habitus*, que caracteriza uma classe ou um grupo social em relação aos outros que não partilham das mesmas condições sociais. Às diferentes posições em um espaço social dado correspondem estilos de vida que são a expressão simbólica das diferenças inscritas objetivamente nas condições de existência. (CUCHE, 1999).

Por mais padronizado que seja o produto, sua recepção não pode ser uniforme e depende muito das particularidades culturais de cada grupo, bem como da situação que cada grupo vive no momento da recepção. Cuche (1999) cita Bourdieu para fortalecer sua concepção sobre a recepção individualizada, a noção de *habitus* permite aos indivíduos se orientarem em seu espaço social e adotarem práticas que estão de acordo com sua vinculação social, ou seja, reconhecer a homogeneidade dos *habitus* de classe não implicaria negar as diversidades. Os membros de uma mesma classe agem frequentemente de maneira semelhante sem ter necessidade de entrar em acordo para isso. (CUCHE, 1999).

Apropriação da teoria geral dos campos de Bourdieu (1998), neste estudo tem o sentido do termo “apropriação” como parte do esquema conceitual de Roger Chartier para explicitar os processos de produção de sentido que configuraram a leitura como criação, matizando a compreensão das várias interpretações feitas entre nós. Chartier refere-se ao conceito sustentando que:

[...] apropriação tal como a entendemos visa a uma história social dos usos e interpretações referidos a suas determinações fundamentais e inscritos nas práticas específicas que os produzem. Dar, assim, atenção às condições e aos processos que, concretamente, conduzem as operações de construção do sentido (na relação de leitura e nos outros casos também), é reconhecer, contra a antiga história intelectual, que nem as inteligências nem as ideias são desencarnadas e, contra os pensamentos do universal, que as categorias dadas como invariantes, sejam filosóficas ou fenomenológicas, estão por se construir na descontinuidade das trajetórias históricas. (BOURDIEU, 1998, p. 74).

O *habitus* é entendido como um sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente ‘regulamentadas’ e ‘reguladas’ sem que por isso sejam o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que se tenha necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo.

Já em *A Reprodução* (1970), Bourdieu e Passeron haviam retido a ideia escolástica de *habitus* enquanto um sistema de “disposições duráveis”. Sua existência resulta de um longo processo de aprendizado, sendo produto da relação dos agentes sociais com diversas modalidades de estruturas.

Retomando o fenômeno da indústria cultural Adorno (2003, p. 23) diz que a dominação no plano da subjetividade, até mesmo em seus aspectos mais subjetivos, seria condicionada à estrutura social. Para Rüdiger (2004) o termo indústria cultural, no decorrer dos anos, adquiriu um sentido puramente empírico. Fala-se de indústrias culturais, com referência a expressão ora às empresas interessadas na produção e venda de bens culturais, ora aos diversos meios de comunicação. O autor não anula estes conceitos, porém ressalta sua distância em relação ao que a expressão significa na teoria crítica da sociedade. O autor defende que não se deve entender a palavra “indústria”, em seu sentido gramatical – que se refere ao manejo das técnicas de distribuição (difusão e venda) e à padronização da estrutura dos bens simbólicos.

E, ressalta que a cultura não pode ser motivo de indústria. O que se deve compreender é o processo social que transforma a cultura em bem de consumo, ou seja, o esquema, e não a coisa.

O capitalismo não é o conjunto das indústrias que abastecem o mercado, trata-se antes de uma relação social, cujo movimento condiciona toda a sociedade. Para os Frankfurtianos a produção capitalista, o desenvolvimento tecnológico e comunicação de massa implicaram em profundas transformações na relação do homem com o mundo, com a arte e com o trabalho. Este processo, de acordo com Rüdiger (2004), torna-se válido para a indústria cultural, ou seja, o conceito designa basicamente o conjunto das relações sociais que os homens entretêm com a cultura no capitalismo avançado.

É nessa perspectiva que, no contexto contemporâneo, busca-se uma reflexão acerca da teoria crítica da sociedade, na busca de uma transição de paradigmas, dentro da concepção de turismo de massa, sobre algo que já nos é imposto. A teoria é a consciência cartográfica do caminho que vai sendo percorrido pelas lutas políticas, sociais e culturais que ela influencia tanto quanto é influenciada por elas. (SANTOS, 2011, p. 37).

1.3.3 A teoria crítica como meio de emancipação

A exigência de emancipação parece ser evidente numa democracia. (ADORNO, 2003, p. 169).

A palavra teoria significa uma hipótese ou um conjunto de argumentos para explicar como compreender um fenômeno ou uma determinada conexão de fenômenos no mundo. Minayo (1993, p. 19) diz que “a teoria é um conhecimento de que nos servimos no processo de investigação como um sistema organizado de preposições, que orientam a obtenção de dados e a análise dos mesmos, e de conceitos, que veiculam seu sentido”. Para a autora preposição significa declarações afirmativas sobre os fenômenos ou processos investigados.

Paviani (2009, p. 45) define teoria como sendo a elaboração do conhecimento produzido servindo de apoio para a busca de novos conhecimentos. “A função da teoria é a de descrever e/ou de explicar os problemas, sistematizar os conhecimentos já produzidos”. Horkheimer (1989, p. 31) diz que para a pesquisa a teoria equivale “a uma sinopse de proposições de um campo especializado, ligadas de tal modo entre si que se poderiam deduzir de algumas dessas teorias todas as demais”. Para Marx o significado de teoria não se reduz a hipóteses nem a construção de enunciados discursivos. “A teoria é para Marx, a reprodução ideal do movimento real do objeto pelo sujeito que pesquisa: pela teoria, o sujeito reproduz em seu pensamento a estrutura e a dinâmica do objeto de pesquisa.” (NETTO, p. 21). Ou seja, “é o real produzido e interpretado no plano ideal (do pensamento)”.

A teoria crítica da sociedade surgiu pela primeira vez como conceito em um texto de Max Horkheimer (1895-1973) de nome "Teoria Tradicional e Teoria Crítica", de 1937, segundo Nobre (2004, p. 12), e foi inicialmente proposta e desenvolvida pelos pesquisadores da Escola de Frankfurt, como já contextualizado anteriormente. “Tal teoria é crítica enquanto dela emergem as contradições da sociedade industrializada moderna e particularmente da sociedade capitalista”. Para maior precisão: o teórico crítico “é o teórico cuja única preocupação consiste em um desenvolvimento que leve a uma sociedade sem exploração. (ANTISERI; REALE, 2006, p. 470).

Santos (2011, p. 23) define a teoria crítica como:

[...] toda a teoria que não reduz a “realidade” ao que existe. A realidade, qualquer que seja o modo como é concebida, é considerada pela teoria crítica como um campo de possibilidades e a tarefa da teoria consiste precisamente em definir e avaliar a natureza e o âmbito das alternativas ao que está empiricamente dado. A análise crítica do que existe assenta no pressuposto de que a existência não esgota as possibilidades da existência e que, portanto, há alternativas susceptíveis de superar o que é criticável no que existe. O desconforto, o inconformismo ou a indignação perante o que existe suscitam impulso para teorizar a sua superação.

O objetivo da teoria crítica para Horkheimer é o de compreender como se estrutura o mercado capitalista, como se distribui o poder político e a riqueza, e quais papéis desempenham a família e a religião, etc. Para Marx não é o trabalho que é vendido e sim a força de trabalho. Isto é, a força de trabalho estava separada

dos instrumentos de trabalho, essa separação é uma característica do capitalismo. (NOBRE, 2004, p. 25).

Para os autores Antiseri e Reale (2006, p. 470):

A teoria crítica pretende ser uma compreensão totalizante e dialética da sociedade humana em seu conjunto e, para sermos mais exatos, dos mecanismos da sociedade industrial avançada, a fim de promover sua transformação racional que leve em conta o homem, sua liberdade, sua criatividade, seu desenvolvimento harmonioso em colaboração aberta e fecunda com os outros, ao invés de um sistema opressor e de sua perpetuação.

Como a riqueza da sociedade estava acumulada nas mãos de poucos que, ao adquirirem equipamentos e máquinas, tornaram-se capitalistas. E de outro lado, a partir do final do século XV na Inglaterra os camponeses foram obrigados a migrarem para as cidades, onde, por sua vez, encontraram a novidade das grandes indústrias. Sem saída e com necessidades só restava a essa imensa massa de vender o único bem reconhecido pelo mercado e que ainda dispunham: a força de trabalho em troca de um salário. (NOBRE, 2004, p. 28).

Além de sua função de troca, o mercado funciona também como um mecanismo de aprofundamento das desigualdades, pois, segundo as análises de Marx do funcionamento da economia capitalista, a distribuição de bens segundo a divisão em classes tende a produzir um polo de intensa acumulação de riqueza e um outro polo de crescente pobreza. (NOBRE, 2004, p. 28).

Moesch (2004, p. 129) explica que a luta de classes é confronto entre duas classes antagônicas, que lutam por interesses divergentes. “À medida que se desenvolvem as contradições da sociedade, a luta de classes adquire um caráter mais agudo, destruindo as antigas relações de produção, ao que o marxismo denomina de revolução social”.

Em resumo a teoria Marxista teceu as relações entre: a crítica à sociedade burguesa – fundada no modo de produção capitalista; à crítica do trabalho alienado; a história como luta de classes e exploração do trabalho em diferentes modos de produção; a análise de sistema do capitalismo como extração do excesso de trabalho por meio de livre trabalho em livre mercado; a unidade de teoria e da

prática; a análise para a causas das revoluções sociais e busca da democracia socialista e de uma sociedade sem classes.

Santos (2011) faz referência à tradição frankfurtiana, em especial a Horkheimer, a quem atribui a melhor definição de teoria crítica moderna:

Horkheimer definiu-a melhor que ninguém. Segundo ele, a teoria crítica moderna é, antes de mais, uma teoria fundada epistemologicamente na necessidade de superar o dualismo burguês entre o cientista individual produtor autônomo de conhecimento e a totalidade da atividade social que o rodeia [...] Segundo ele, a irracionalidade da sociedade moderna reside em ela ser produto de uma vontade particular, o capitalismo, e não uma vontade geral, 'uma vontade unidade e autoconsciente'. (SANTOS, 2011, p. 24-25).

Porém, contrapõe a teoria crítica moderna abordada por Adorno e Horkheimer que procura possibilidades emancipatórias dentro do paradigma dominante, apresentando algumas críticas: “[...] deixou de ser possível conceber estratégias emancipatórias genuínas no âmbito do paradigma dominante já que todas elas estão condenadas a transformar-se em outras tantas estratégias regulatórias.” (SANTOS, 2002). O autor apresenta dois enfoques: críticas à ciência moderna ou o paradigma dominante e análises para a formação de uma nova ciência, a pós-moderna ou o paradigma emergente. A contextualização das reflexões para a construção de uma ciência emergente parte da complexidade e ambiguidade do tempo presente, um tempo de transição das ciências, que não é traduzido pelo rigor metodológico exigida pela ciência moderna.

Entende que paradigma é o conceito marcado no texto como a visão de mundo e os valores que orientam a cultura e as pesquisas científicas. (SANTOS, 1988).

O paradigma dominante está dividido em ascensão e crise. A primeira, modelo da racionalidade, que preside a ciência moderna, inicia a partir do século XVI até o XVIII, destinado somente às ciências naturais e, posterior a este período, o modelo da racionalidade se estende às ciências sociais. Tal paradigma estabelece o que é científico, exercendo graus de poder em diversas dimensões; além da distinção entre conhecimento científico e não científico também chamado de humanidades. (SANTOS, 2002).

A partir do século XIX tal predominância toma rumo diferente, pelos seguintes motivos: a) aplicação dos princípios epistemológicos e metodológicos que presidiam ao estudo da natureza desde o século XVI e, b) reivindicar para as ciências sociais o status de ciência. Para o autor, ambas são antagônicas, pois a primeira é influenciada pelo paradigma positivista e a segunda requer o monopólio do científico-social. (SANTOS, 2002). Sobre a crise do paradigma dominante da ciência, o autor considera ser profunda e irreversível, não se sabe quando acabará a revolução científica (iniciada com Einstein e com a física quântica, na qual o ato do conhecimento e seu produto eram inseparáveis), há pluralidade das condições sociais e teóricas, distanciamento entre sujeito e objeto, teorema da incompletude é o adotado, a avanço do conhecimento se dá sob os domínios da microfísica, química e biologia. Dimensões consideradas como o atraso das ciências dominantes.

Santos (2011, p. 26) ressalta que estamos perante a desordem tanto da regulação social como da emancipação social. “O nosso lugar é em sociedades que são simultaneamente autoritárias e libertárias”. E segue relatando que para uma teoria crítica pós-moderna ou paradigma emergente é preciso superar as fraquezas da teoria crítica moderna, ou seja, “a razão que critica não pode ser a mesma que pensa, constrói e legitima aquilo que é criticável.” (SANTOS, 2011, p. 29).

Precisamos reinventar a teoria crítica de acordo com as necessidades atuais. Para o autor “não há conhecimento geral; tampouco há ignorância geral. Somos ignorantes de certo conhecimento, mas não de todos”. (SANTOS, 2007, p. 52). E acredita que:

[...] necessitamos construir a emancipação a partir de uma nova relação entre o respeito da igualdade e o princípio do reconhecimento da diferença. Na modernidade ocidental, seja nas teorias funcionalistas conservadoras seja nas teorias críticas, até agora não tratamos isso de maneira adequada, porque - sobretudo na teoria crítica - toda a energia emancipatória teórica foi orientada pelo princípio da igualdade, não pelo princípio do reconhecimento das diferenças. Agora temos de tentar uma construção teórica em que as duas estejam presentes, e saber que uma luta pela igualdade tem de ser também uma luta pelo reconhecimento da diferença, porque o importante não é a homogeneização mas as diferenças iguais. (SANTOS, 2007, p. 62-63).

E é otimista ao afirmar que se antes falávamos de espetáculo ou barbárie; hoje dizemos que outro mundo é possível, um mundo cheio de alternativas e possibilidades. (SANTOS, 2007, p. 38).

Para Santos (2011, p. 36) o que faz mudar as sociedades e as épocas é precisamente o excesso de problemas que suscitam em relação às soluções que tornam possíveis. A teoria crítica e a consciência desse excesso. A sua aspiração utópica consiste na capacidade para formular problemas novos para os quais não existem ou não existem ainda soluções. Nesse sentido, a orientação para a emancipação exige que a teoria seja a expressão de um comportamento crítico relativamente ao conhecimento produzido sob condições sociais capitalistas e à própria realidade social que esse conhecimento pretende apreender. (NOBRE, 2004, p.32 - 33).

Santos (2011, p. 29) ressalta acerca das dificuldades em construir hoje uma teoria crítica “enfrentamos problemas modernos para os quais não há soluções modernas”. É diante desse cenário que emerge a questão central desta investigação: a denominação do Turismo como turismo de massa representa uma categoria de análise na epistemologia histórica do fenômeno ou uma definição operacional para o atendimento da demanda do mercado de consumo de massa surgido pós 1960? E, para responder a esta questão de pesquisa, a priori, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, em um segundo momento, definimos as categorias que foram ressignificadas, perante a obra de Jost Krippendorf, no contexto da teoria crítica. Nesta proposta de análise, parte-se do entendimento de que o Turismo, como fenômeno social, é composto por Sujeitos que produzem que vivenciam que são impactados no processo do encontro e, conseqüentemente, também lhe provocam impactos.

CAPÍTULO II CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

O método é o que indica o percurso de uma ação ou os procedimentos que serão utilizados para alcançar um fim, ou seja, orienta no processo de investigação científica com o objetivo de “produzir novos conhecimentos e modos de intervenção na realidade.” (PAVIANI, 2009, p. 61). Para o autor “o método é o modo básico de articular os atos de conhecer, o discurso e o chamado acesso ou construção do real” e requer um elevado grau de complexidade e racionalidade, não é uma receita que seguimos passo-a-passo, o método deverá ser construído “criado e recriado” de acordo com o processo de investigação de cada pesquisa. (PAVIANI, 2009, p. 99). É um processo de construção contínua, nunca podemos considerar como acabada, logo, desprendemos o objeto da situação problemática em que propomos e, naturalmente, surgirão novos problemas, como a própria dialética propõe. (BRUYNE, 1986, p. 19).

O método utilizado nesta pesquisa é o materialismo histórico dialético – com uma visão teórica da concepção de turismo como consumo de massa a partir da visão da teoria crítica – retoma-se o questionamento sobre a concepção de Turismo, pois, se o compreendermos como um produto (mercadoria) dentro da teoria crítica, ele será de massa. Mas se partimos do entendimento que turismo é um fenômeno, que é a experiência, ou seja, a relação do sujeito com seu objeto poder-se-ia dizer que é massificada? Não trata-se aqui de renegar a importância do turismo como uma das atividades econômicas mais importantes do mundo contemporâneo, mas sim de colocá-lo além de um processo de oferta-demanda, um fenômeno que precisa de cuidados nesta relação sujeito-objeto.

A pesquisa aplicada à essa investigação é de cunho qualitativo, com nível de profundidade interpretativo, pois, para responder ao problema de pesquisa - A denominação do Turismo como turismo de massa representa uma categoria de análise na epistemologia histórica do fenômeno ou uma definição operacional para o atendimento da demanda do mercado de consumo de massa surgido pós 1960 - só uma abordagem que possibilita a relação subjetiva-objetiva permite essa compreensão. Em relação aos procedimentos, essa pesquisa tem seu foco nas análises bibliográfica e documental.

Na busca de repostas ao questionamento central dessa pesquisa, objetiva-se analisar as implicações da categoria “consumo de massa” ao definir turismo de massa e sua determinação, na abordagem do turismo na obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf.

Os objetivos específicos necessários para o desenvolvimento dessa pesquisa são:

- a) Compreender o reducionismo no tratamento do turismo como forma de consumo de massa em suas implicações ideológicas;
- b) Analisar qual a representação do turismo de massa no Domínio Conceitual da Teoria Crítica;
- c) Desvelar quais as características/similaridades ao consumo da indústria cultural reproduzidas na conceituação do turismo de massa a partir da obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf;
- d) Analisar as experiências que envolvem a relação sujeito-objeto nas práticas identificadas como turismo de massa.

Já as questões de pesquisa possibilitadoras da construção metodológica (Dialética-Histórica-Estrutural) são:

- a) Em que contexto surgiu o termo turismo de massa? E para que serviu?
- b) O que é indústria cultural, e quais são as influências da indústria cultural sobre a denominação do turismo, como o turismo de massa?
- c) Quais as características/similaridades do consumo da indústria cultural reproduzidas a fim de identificar o turismo como um turismo de massa?
- d) Qual a representação do termo turismo de massa no entendimento do sujeito na prática do turismo a partir da obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf?

A pesquisa qualitativa é fundamentalmente interpretativa e permite a observação dos fenômenos sociais de maneira intensiva e a participação do universo onde ocorre o fenômeno. Para Triviños (1987, p. 117) as posições qualitativas dos fenômenos sociais baseiam-se especialmente na fenomenologia e

no marxismo, e apresenta dois tipos de enfoques na pesquisa qualitativa para compreensão e análise à realidade:

Os enfoques subjetivistas-compreensivistas, com suporte nas ideias de Schleiermacher, Weber, Dilthey e também em Jaspers, Heidegger, Mareei, Husserl e ainda Sartre, que privilegiam os aspectos consciências, subjetivos dos atores (percepções, processos de conscientização, de compreensão do contexto cultural, da realidade a-histórica, de relevância dos fenômenos pelos significados que eles têm para o sujeito (para o ator etc.)). Os enfoques crítico-participativos com visão histórico-estrutural-dialética da realidade social que parte da necessidade de conhecer (através de percepções, reflexão e intuição) a realidade para transformá-la em processos contextuais e dinâmicos complexos (Marx, Engels, Gramsci, Adorno, Horkheimer, Marcuse, Fromm, Habermas etc.). (TRIVIÑOS, 1987, p. 117).

O sentido específico utilizado para esta pesquisa deriva dos enfoques crítico-participativos com visão histórico-estrutural-dialética da realidade social com base, originalmente, no grupo de intelectuais da Escola de Frankfurt, como Horkheimer, Adorno, Marcuse, dentre outros, conforme apresentado no Capítulo 1.

Esta pesquisa apresenta desde o surgimento do turismo de massa e sua relação com o consumo e a automatização dos indivíduos dentro da teoria crítica da sociedade contrapondo com a visão, de alguns autores, de que o turismo é um fenômeno e que o sujeito possui características diversas no processo de sua experiência turística.

Em busca dessa evidenciação, no capítulo 3, propõe-se analisar a representação do termo turismo de massa no entendimento do sujeito na prática no turismo aplicado ao modelo existencial da sociedade industrial construído por Jost Krippendorf, publicado no livro Sociologia do Turismo, cuja primeira edição brasileira foi em 1989. A obra possui 235 páginas, divididas em quatro capítulos: 1 - O modelo existencial na sociedade industrial: trabalho – moradia – lazer – viagem; capítulo 2 - A maquinaria das férias ou o ciclo da reconstituição; capítulo 3 – Para a humanização do cotidiano e capítulo 4 – Teses para a humanização da viagem.

O livro Sociologia do Turismo foi a primeira obra na área do turismo com análises críticas, a partir de categorias dialéticas histórico-estrutural (Moesch, 2004, 154); o autor faz críticas ao modelo econômico industrial estabelecido: Ter – consumir – Ser. Utilizou-se a análise de conteúdo (AC) como procedimento de

interpretação do modelo expresso na obra *Sociologia do Turismo* de Jost Krippendorf (1989), com intuito de compreender as inter-relações entre sujeito-objeto-consumo e as suas crenças, atitudes, valores e motivações nas práticas turísticas.

A primeira etapa dessa pesquisa consistiu em uma revisão da literatura em torno do tema, através de conceitos como turismo, turismo de massa, indústria cultural e teoria crítica. A segunda etapa da pesquisa a partir da utilização dos pressupostos metodológicos da Dialética Histórico-Estrutural buscou-se o entendimento e análise do objeto, através da reconstrução das categorias analíticas. A terceira e última etapa da pesquisa consistiu na análise de conteúdo da obra de Jost Krippendorf.

2.1 O MATERIALISMO HISTÓRICO DIALÉTICO COMO MÉTODO DE APREENSÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O Materialismo Histórico é o método que Marx utilizou para interpretar a história da humanidade, a história que é feita pelo ser humano, não pelo destino ou pela mão de Deus. Para o materialismo histórico, os fatores econômicos, as condições materiais, explicam todos os fenômenos históricos e sociais, inclusive os conflitos de classes. Triviños (1987, p. 51) define materialismo histórico como:

A ciência filosófica do marxismo que estuda as leis sociológicas que caracterizam a vida da sociedade, de sua evolução histórica e da prática social dos homens, no desenvolvimento da humanidade. O materialismo histórico significou uma mudança fundamental na interpretação dos fenômenos sociais que, até o nascimento do marxismo, se apoiava em concepções idealistas da sociedade humana. (TRIVIÑOS, 1987, p. 51).

Para Triviños (1987, p. 51) uma das propostas mais originais do materialismo dialético foi a de ter enxergado na teoria do conhecimento, a importância da prática social como critério de verdade.

A aplicação do materialismo dialético aos fenômenos sociais teve o mérito de fundar uma teoria científica de inegável alcance explicativo: o materialismo histórico. Eles (Marx e Engels) haviam chegado à conclusão de que seria necessário situar o estudo da sociedade a partir de sua base material. Tal constatação implicava que a investigação de qualquer fenômeno social deveria partir da estrutura econômica da sociedade, que a cada época constituía a verdadeira base da história humana. (MARTINS, 1985, p.57).

Como marxista, o primado da análise é o econômico, nas quais a infraestrutura condicionaria, em relação dialética, a superestrutura, ou seja, não em uma determinação direta entre o econômico e o sociocultural, na qual o econômico determinara o sociocultural, mas em um espaço de tensão que tem a publicidade/propaganda como principal mediação, funcionando também para além dela. Para Jameson (1992), partir da primazia do modo de produção (infraestrutura) sobre as demais instâncias sociais e políticas, no sentido clássico, torna-se insuficiente como chave para análise porque, na sociedade, o modo de produção nunca teria se dado em estado puro: tal pureza só seria encontrada no nível teórico. Nas sociedades historicamente constituídas pela coexistência de diferentes modos de produção simultâneos, os modos mais antigos são relegados a posições estruturalmente dependentes do novo modo, “bem como as tendências antecipadoras que são potencialmente inconsistentes com o sistema existente, mas que ainda não geram um espaço autônomo próprio” (JAMESON, 1992, p. 86). Se os modos de produção coexistem, os de alienação também, pois as formas mais antigas – por exemplo, o patriarcalismo – sobreviveriam sob as formas mais recentes – por exemplo, o fetiche da mercadoria.

Aplicando ao turismo, esta teoria permite sustentá-lo não apenas no seu viés econômico, ou seja, como objeto participe da economia local, mas nos desdobramentos que permitem incluí-lo também na superestrutura e, desta condição, igualmente atuando como infraestrutura, criando um campo específico. O que permite entender o processo histórico da formação de um campo turístico de forma dialética, os espaços estruturados e estruturantes de cada campo, nos quais se entrecruzam impulsos dos modos contraditórios de produção (e alienação); no subtexto, o local da contradição social, o local da ideologia. Isso posto, colocam-se diferentes horizontes de interpretação; em cada um deles, uma reconstrução alegórica e simbólica distinta do objeto e da estrutura do tempo. (JAMESON, 1992).

A dialética é uma abordagem imanente a um conteúdo, examina as causas internas de seu desenvolvimento, suas contradições; as causas internas são a razão das mudanças e as externas são as condições acidentais destas mudanças. (BRUYNE, 1986).

Bruyne (1986, p. 66) cita três aspectos característicos da dialética:

a) o movimento concreto, natural e sócio-histórico, da própria realidade estudada (“sentido objetivo”); b) a lógica do pensamento, que se pretende conhecimento adequado dos processos históricos das mudanças e dos conflitos sociais (“sentido subjetivo”); c) a relação entre o objeto construído por uma ciência, o método empregado e o objeto real visado por essa ciência (sentido metodológico).

Ou seja, é necessário que se desenvolva a pesquisa nos sentidos objetivo, subjetivo e metodológico. Assim, pretende-se contextualizar o objeto de estudo, o turismo de massa, na dinâmica histórica, cultural e social. De acordo com Demo (1995, p. 94) “a dialética histórico-estrutural tem como marca reconhecer, no mesmo patamar de relevância, condições objetivas e subjetivas”.

Entende-se aqui por condições objetivas “aquelas dadas externamente ao indivíduo, ou dadas sem sua opção própria” e condições subjetivas “aquelas dependentes da opção humana, a capacidade de construir a história em parte, no contexto das condições objetivas.” (DEMO, 1995, p. 94). Segundo o autor, toda formação social é contraditória para ser historicamente superável, a realidade é processual na história, a partir do conflito social se transforma e estrutura a história que só pode ser construída pelo ser humano.

Na Dialética Histórico-Estrutural combinam-se história e estrutura. Não fazemos da história o que bem queremos, pois há limites estruturais. É histórica porque as condições objetivas do seu acontecer são aquelas dadas externamente aos indivíduos, sem a sua opção própria, dela temos que partir e com ela sempre contar. Já o termo estrutural aponta a vigência de um todo único, em polarização, identificado com as raízes mais profundas do fenômeno (a sua essência), o seu fundamento. Não fazemos da história o que bem queremos, pois há limites estruturais. (DEMO, 2013, p. 104-105).

A dialética, cuja concepção moderna está presente na obra de Hegel (depois reformulada por Marx), a lógica e a história da humanidade seguem trajetórias dialéticas: contradições se transcendem dando origem a novas contradições que passam a requerer solução. Paviani (2009, p. 69) explica que a dialética pode ser um método que “vê a realidade como um jogo de contrários” busca explicitação de regras, instrumentos e procedimentos articulados compondo um raciocínio que, explorando as contradições, envolve tese, antítese e síntese. A afirmação (tese), a negação (antítese) e a negação da negação (síntese) concentram-se no conceito, como oposição e conciliação dos contrários nas coisas.

De acordo com Moesch (2002) a alma da Dialética é a antítese: a radicalidade da antítese condiciona a radicalidade da mudança; um convite insistente à discussão e à prática, à criatividade, ao diálogo crítico e produtivo; unidade de contrários: compreender totalidades complexas conflituosas; a realidade em si mesma é dialética, e carrega em si o conflito. Toda formação social é contraditória e conflituosa e sendo assim historicamente superável.

Demo (1985, p. 87) diz que a dialética é o método mais conveniente para a realidade social, e explica que do ponto de vista da concepção da realidade a dialética baseia-se em tese e antítese, pois a síntese é a nova tese. Assim define o autor:

Tese significa qualquer formação social, vigente na história. Dizemos que toda tese elabora sua antítese, porque possui endogenamente suas formas de contradição histórica. Nesse sentido, antítese significa a convivência, dentro da tese, de componentes conflituosos e que são ao mesmo tempo a face da dinâmica histórica. A realidade é histórica porque é antitética. A dinâmica histórica nutre-se dos conflitos que nela se geram e acabam explodindo, ocasionando sua superação. (DEMO, 1985, p. 87).

Para Engels, fundamentado em Hegel, as leis gerais da dialética podiam ser reduzidas em três: 1) a lei da transformação da quantidade em qualidade e vice-versa; 2) a lei da interpretação dos contrários; 3) a lei da negação da negação (TRIVIÑOS, 1987, p. 65).

A lei da transformação da quantidade em qualidade e vice-versa - estabelece a maneira como se realiza, de que maneira e quais mecanismos atuam no processo de desenvolvimento das formações materiais. (TRIVIÑOS, 1987, p. 65).

A lei da interpretação dos contrários – para o materialismo dialético a fonte do desenvolvimento das formações materiais está em seu interior. Isto não quer dizer que rejeita as forças externas que modificam os objetos. A origem interna do movimento dos fenômenos distingue a dialética, da metafísica. Neste desenvolvimento existem elementos chamados contrários, que no processo de transformação, são opostos, não podem existir um sem o outro. Por exemplo não é possível conceber a existência do turismo sem os turistas. (TRIVIÑOS, 1987, p. 69).

A lei da negação da negação - há dois tipos de negação - o dialético, que se baseia na evolução e que estuda todas as classes de movimento, como: desenvolvimento, regressão e o movimento circular; e o metafísico, que considera apenas a regressão e o movimento circular, pois, não crê na evolução. Para Triviños (1987, p. 71) “a negação dialética é resultado da luta dos contrários, é objetiva e significa a passagem do inferior para o superior, mas também do superior para o inferior”.

2.2 CATEGORIAS DA DHE UTILIZADAS PARA INTERPRETAR AS EVIDÊNCIAS

A definição das categorias é fundamental para se atingir os objetivos propostos, elas possibilitam o entendimento teórico e a reflexão do objeto de estudo. Segundo Netto (2011, p. 46), as categorias exprimem formas e modos de ser, determinações de existência e, frequentemente aspectos isolados de uma determinada sociedade, ou seja:

Elas são objetivas, reais (pertencem à ordem do ser – são as categorias ontológicas); mediante procedimentos intelectivos (basicamente, mediante a abstração), o pesquisador se reproduz teoricamente (e, assim, também pertencem à ordem do pensamento – são categorias reflexivas). Por isso mesmo, tanto real quanto teoricamente, as categorias são históricas e transitórias. (NETTO, 2011, p. 46).

De acordo com Triviños (1987, p. 51), para o marxismo, “as categorias se formaram no desenvolvimento histórico do conhecimento e na prática social”. Não há um número pré-definido de categorias, novas categorias podem surgir em razão

das atividades que desenvolve o ser humano atuando sobre a natureza e a sociedade, em seu afã de conhecer e transformá-las. O conteúdo mesmo das categorias muda e se enriquece com os progressos do conhecimento. (TRIVIÑOS, 1987, p. 55-56).

As categorias são históricas e transitórias e o seu estudo deve conjugar a análise diacrônica (da gênese e desenvolvimento) com a análise sincrônica (sua estrutura e função na organização atual). (NETTO, 2011, p. 49).

Para a DHE, as categorias se formam no desenvolvimento histórico do conhecimento e na prática social. Assim, as principais dimensões reveladas nas categorias, a priori, deste trabalho são: totalidade/fragmentação, criticidade/alienação, subjetividade/objetividade, lei da quantidade/qualidade.

Na concepção da DHE estas categorias são assim definidas:

Totalidade/fragmentação: a totalidade não é lisa com partes igualmente justapostas e estáticas, ela é incompleta, aproximada e imprecisa, formando um todo porque existe uma dinâmica comum, porém é uma totalidade que mostra rachaduras, por onde sempre pode entrar a antidinâmica da mudança. Nesse sentido, Demo (2013, p. 109) interpreta que:

A totalidade não possui apenas a dinâmica circular, que é sempre a mesma e lhe permitiria recuperar-se eternamente. Ao contrário, a dinâmica é feita de dinâmicas contrárias, feita de convergências e divergências. Sobrepondo-se as convergências, a totalidade continua; do contrário, teremos outra totalidade [...] essa categoria funda, ademais, o reconhecimento de que as mudanças provêm de dentro das coisas. O ser humano não torna a realidade dialética, porque esta já o é, inclusive o próprio ser humano.

A totalidade para Netto (2011, p. 56), tendo como base a obra de Marx, deve-se a união dos complexos sociais que se estabelecem na sociedade. A sociedade é uma totalidade concreta, ou seja, para o autor:

Não é um todo constituído por partes, funcionalmente integradas. Antes, é uma totalidade concreta inclusiva e macroscópica, de máxima complexidade, constituídas por totalidades de menor complexidade. [...] há totalidades mais determinantes que outras, já vimos, por exemplo, que, na produção das

condições materiais da vida social, a produção determina o consumo. (NETTO, 2011, p. 56).

Criticidade/alienação: assim, a alienação refere-se, portanto, sobretudo às relações sociais, à alienação do ser humano em relação ao ser humano, não podemos imaginar o sujeito totalmente consciente e racional. Mesmo assim, a coerência da crítica está na autocrítica, pois não é possível, por lógica e por justiça, criticar sem apresentar-se como criticável. Depois, a crítica se completa na contraproposta, de cunho prático também. “Não é sustentável a mera crítica, destrutiva, virulenta, sem compromisso com alguma construção concreta, que, por sinal, será também criticável” (DEMO, 1995, p.127).

Subjetividade/Objetividade: o processo histórico é dividido em condições objetivas e subjetivas, consideram-se condições objetivas as estruturas externas ao indivíduo, que as encontra dadas, e condições subjetivas aquelas nas quais as capacidades políticas do ser humano de conquistar seu lugar. (DEMO, 1995, p. 38). Para o autor a DHE agrega a dimensão intrinsecamente dinâmica da realidade objetiva e subjetiva: visualiza o ser humano limitado, mas capaz de reagir. Nesse contexto, a subjetividade se converte em um dado objetivo da realidade histórico-social, e constitui um fator ativo, transformador (e recriador) das situações objetivas. (DEMO, 2013, p. 107).

Estas categorias, a priori, foram escolhidas para servir de embasamento e entendimento teórico proposto no Capítulo 1, e, para a reflexão do objeto de estudo.

2.3 A RESSIGNIFICAÇÃO PROVISÓRIA DAS CATEGORIAS ANALÍTICAS

As categorias analíticas que são base para a apreensão do objeto de estudo, serão ressignificadas no intuito de buscar novas reflexões à complexidade do fenômeno turístico, ampliando a sua aplicabilidade na análise proposta no capítulo 3. São elas: turismo, indústria cultural, consumo de massa e turistas (sujeito). Justifica-se a escolha dessas categorias para análise, pois elas ajudarão a compreender as relações entre o objeto de estudo e os objetivos propostos.

Para tornar esta análise mais objetiva e minimizar o caráter subjetivo, foram definidos diferentes temas abordados nessa pesquisa. Os temas identificados e analisados foram: as nomações do turismo para o entendimento do termo turismo de massa; a relação do contexto histórico-cultural da indústria cultural e do modelo industrial como sistema de valores e de consumo - características/similaridades reproduzidas a fim de caracterizar o turismo como um turismo de massa; o *habitus* na forma de consumo na relação produção-consumo/consumo-produção e a prática social do turismo tendo como categoria o turista como sujeito estabelecendo relações entre suas motivações, comportamento e experiências que envolvem a relação sujeito-objeto nas práticas identificadas como turismo de massa.

No capítulo I abordamos diversos conceitos de turismo no intuito de analisar dentro de um contexto histórico social que o turismo sofreu e sofre com as diversas análises que, apenas, buscam favorecer grupos específicos ao considerar o turismo como um produto a ser consumido e não como um fenômeno de experiência que é o que propomos para a pesquisa. Para esta análise utilizamos Moesch (1999, p. 289) com uma concepção de que:

[...] o Turismo é um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) Sujeito(s), em tempos e espaços, produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, portanto explicitadores de uma nova estética diante da busca do prazer.

Para os frankfurtianos os bens culturais produzidos pela indústria cultural para o lazer, são planejados de acordo com os objetivos da demanda capitalista em busca do lucro; eles não surgem das massas, são planejados para o consumo das massas, e, de acordo com os autores esse processo atrofiou a capacidade do indivíduo de pensar e agir de uma maneira crítica e autônoma.

Assim, retomarei, no próximo capítulo, o conceito de *habitus* de Bourdieu que servirá de base para mostrar que o consumo é um ato passivo e ativo ao mesmo tempo, ou seja, é assim que o *habitus* produz estilos de vida, o que justifica que turistas desejem lugares turísticos diferentes uns dos outros. O padrão de consumo de cada indivíduo, identificado pelo *habitus*, permite representar a posição do indivíduo na hierarquia social.

Para compreendermos a categoria Turistas (sujeito) será necessário entender seus os comportamentos e as motivações das quais são o levam a experiências enquanto sujeito. Turista tomado como sujeito histórico, em sua individualidade, é aquele que se desloca para um *tour* (*tornare* no sentido de dar a volta) com o desejo projetivo de experienciar seus imaginários no local buscado rompendo a rotina cotidiana. Portanto, acredita-se que esta experiência está tramada por sentimentos subjetivos e necessidades objetivas. (Moesch, 2016).

2.4 A ANÁLISE DE CONTEÚDO COMO INSTRUMENTO DE PESQUISA

A análise de conteúdo foi escolhida como instrumento de investigação por ser a mais adequada por servir de auxiliar para o instrumento de pesquisa com maior profundidade como o método dialético. (TRIVIÑOS, 1987, p. 160).

A análise de conteúdo, enquanto concepção de ciência constitui-se uma prática que se pretende neutra no plano do significado do texto, na tentativa de alcançar diretamente o que haveria por trás do que se diz. A análise de conteúdo se define como um “conjunto de técnicas de análise das comunicações” (quantitativos ou não) que aposta no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade de seu objeto, visa obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores e conhecimentos relativos às condições de variáveis inferidas na mensagem. (BARDIN, 1977, p. 31).

A principal pretensão da análise de conteúdo é vislumbrada na possibilidade de fornecer técnicas precisas e objetivas que sejam suficientes para garantir a descoberta do verdadeiro significado. Como diz Bardin, ele se presta para o estudo “das motivações, atitudes, valores, crenças, tendências” e, acrescentamos nós, para o desvendar das ideologias que podem existir nos dispositivos legais, princípios, diretrizes etc., que, a simples vista, não se apresentam com a devida clareza. (TRIVIÑOS, 1987, p.159).

A função primordial da análise do conteúdo é o desvendar crítico. Na época, estudos sobre análise do conteúdo visavam incidir em diferentes fontes de dados, são elas: material jornalístico, discursos políticos, cartas, publicidades, romances e

relatórios oficiais. Nessa fase preocupava-se com a objetividade nas análises, superavam-se as incertezas e o enriquecimento das leituras. Na obra, a análise do conteúdo é definida como um método empírico. Segundo autora a “análise do conteúdo é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados.” (BARDIN, 1977, p 51).

2.4.1 Os critérios de organização de uma análise

Bardin (1977) relaciona três etapas como critérios de organização: 1 - A pré-análise - Este momento é o de organizar o material, de escolher os documentos a serem analisados, formular hipóteses ou questões norteadoras, elaborar indicadores que fundamentem a interpretação final. 2 - A exploração do material - Esta etapa consiste na definição das categorias e da codificação. É o momento em que os dados brutos são transformados de forma organizada e agregadas em unidades, as quais permitem uma descrição das características pertinentes do conteúdo. O processo de codificação dos dados restringe-se a escolha de unidades de registro, ou seja, é o recorte que se dará na pesquisa. Uma unidade de registro significa uma unidade a codificar, podendo esta ser um tema, uma palavra ou uma frase. Os critérios de categorização, ou seja, escolha de categorias (classificação e agregação). Categoria, em geral, é uma forma de pensamento e reflete a realidade, de forma resumida, em determinados momentos. A categorização é a passagem de dados em bruto para dados organizados. Estes elementos são agrupados devido ao fato de terem características comuns. São rubricas ou classes que agrupam um grupo de elementos, que são as unidades de registro. 3 - O tratamento dos resultados. - O tratamento dos resultados compreende a codificação e a inferência. Descreve, por fim, as técnicas de análise, categorização, interpretação e informatização, apresentando alguns exemplos facilitadores.

Modelo do quadro 2 utilizado para a análise de conteúdo por meio da contextualização temática e a partir da obra de Jost Krippendorf.

Quadro 2 - Modelo do gráfico utilizado para interpretação das análises de conteúdo

Objeto de pesquisa: Turismo de Massa						
Temas	Categorias analíticas	Unidades de Registro	Unidades de Contexto – Categorias Dialética			
			Totalidade/ Fragmentação	Criticidade/ Alienação	Subjetividade / Objetividade	Lei da quantidade/ qualidade
Nominação	Turismo	Fuga do cotidiano – trabalho, lazer e moradia	O cotidiano, a soma de todos os lados negativos da existência. Acima de tudo, não ficar em casa: viajar, a qualquer preço! Fugir do clima.	Surge a necessidade de se desfazer temporariamente do fardo das condições normais de trabalho, de moradia e de lazer, a fim de estar em condições de retomá-lo quando regressem.	A viagem é o tempo livre total, a forma mais libertadora do lazer, posto que se sai do ambiente habitual e se afasta o mais possível.	Há sinais, cada vez mais numerosos, indicando que a fuga das massas citadinas, o turismo sob a forma atual, não podem, por fim, constituir uma verdadeira terapia; que a realidade atual não tem perspectivas.
		Avanço das novas tecnologias	A indústria desenvolveu, em nosso benefício, veículos que verdadeiramente puseram em marcha a sociedade automóvel.			As novas tecnologias permitem a redução da mão-de-obra e, ao mesmo tempo, uma produtividade ainda mais elevada. Por outro lado, é provável que certos limites do consumo já tenham sido atingidos, ou serão em breve.
		Fatores sociais	Direitos conquistados – A oferta se apresenta a todos. Após o "direito às férias", "o direito à viagem" se tornou uma reivindicação sócio-política: todas as			O prazer outrora reservado a alguns privilegiados seja hoje experimentado pela grande massa. A mobilidade, as férias, as viagens: conquistas sociais.

			camadas sociais devem ter acesso à mesma.			
		Mistificação das massas	<p>Há pouco mais de dez anos - quando a era do turismo de massa começara já há muito tempo e os problemas já se acumulavam - todos os interessados ainda mantinham uma atitude ingênua em relação ao fenômeno da viagem. A partir dos anos 60, o turismo se desenvolveu num passo desenfreado, dentro da euforia geral.</p> <p>O turismo cada vez mais se assemelha a uma fuga em massa face às realidades cotidianas, em direção ao reino imaginário da liberdade.</p>	Assim é que, ano após ano, fim de semana após fim de semana, milhões de seres humanos se comprimem em multidões compactas, sem necessidade alguma e sem obrigação aparente, consumindo esse período que lhes é tão precioso.	O turismo de massa constitui uma das formas mais marcantes e mais pesadas em consequências e menos refráveis do choque do lazer.	O processo do turismo não é aquele do indivíduo que viaja, mas aquele da massificação do fenômeno em seu todo. O principal problema do turismo moderno está, na realidade, no volume, no grande volume. O homem em férias, este, vive a situação enquanto indivíduo, e isso mesmo que se encontre no meio de uma grande leva de turistas, pois é ele mesmo quem escolhe e decide nesse momento. Nada, nem ninguém, obriga ao que quer que seja. No entanto, a soma de todos os atos individuais resulta em clichês de massa.
		Exploração local sem políticas públicas - Ação dos promotores de turismo (os estrangeiros)	A invasão é perfeita: do exterior pelos turistas, e do interior pelos novos residentes e mão-de-obra estrangeira. Este esquema é clássico e ocorre em todos os	Para obter vantagens da fortuna que proporciona o turismo, os nativos vendem o trabalho e o solo a preços baixos. A concorrência é grande, pois muitas regiões	Os habitantes das regiões visitadas começam também a sentir um certo rancor em relação aos efeitos negativos do êxodo das massas turísticas.	Divulga à população a perspectiva de muitos empregos e ganhos elevados; persuadi a comunidade a investir nela mesma (infraestrutura); indica e emprega seus próprios

			lugares de forma mais ou menos similar. E, quer nos agrade ou não, é assim que o turista moderno denota traços colonialistas.	querem desenvolver o turismo.		fornecedores; assume a gestão das instalações; coloca pessoas vindas do exterior nas funções executivas, alegando que a localidade não dispõe de pessoal qualificado; importa alimentos para atender demanda internacional
Relação do contexto histórico-cultural	Indústria Cultural	O turismo visto como mercadoria	A sociedade coloca à nossa disposição a indústria do lazer, que, de certa forma, faz o papel de amiga e conselheira. Ela se apoderou de nosso tempo livre e nos oferece não apenas satisfações, como também cria, se necessário, as expectativas e os desejos correspondentes. Sob a forma de um programa de contrastes em relação ao mundo industrial, o tempo livre e as férias tornaram-se também uma indústria.	Habilidade dos argumentos publicitários. A massificação da viagem, a organização racionalizada e o desenvolvimento padronizado impedem mais uma vez as relações calorosas e qualquer tipo de troca intelectual.	A viagem é uma dupla liberdade: liberado do trabalho e longe de casa. Mesmo que um bom número de pessoas não saiba muito bem o que fazer com esta liberdade repentina e fora do comum, dado que lhes falta a prática e a segurança, elas procuram ajuda sob a forma da oferta padronizada da indústria do turismo - nem por isso são fantoches, pois conservam esta liberdade fundamental da viagem.	Para os fabricantes da mercadoria "viagem" a razão da viagem, não tem importância; o que lhes interessa é que a viagem seja empreendida. Visam, antes de mais nada, ao crescimento do volume das vendas e não ao desenvolvimento a longo prazo de um turismo harmonioso.
	Modelo industrial (sistema de valores e de consumo)	Economia: (concentração de riqueza) concentração: domínio das grandes empresas. Descentrali-	A economia se caracteriza pela tendência crescente à concentração, ao domínio das grandes empresas e aos consórcios	Foi o progresso científico e técnico que lançou a sociedade industrial moderna nessa	Viagens exclusivas a preços exclusivos, para pessoas exclusivas. No entanto, não se escapa do turismo. Nem	Ser Humano tem necessidades contraditórias.

		<p>zação: pequenas e médias empresas lutam para sobreviver</p>	<p>que açambarcam o poder econômico em detrimento das pequenas e médias empresas independentes que lutam para sobreviver. Por outro lado, a divisão do trabalho e a especialização acentuam-se ininterruptamente, enquanto o auto abastecimento declina.</p>	<p>trajetória. Ele pôs em marcha a industrialização da economia, abriu a porta à produção de massa e à troca de bens a nível mundial - assim como à troca de homens, se pensamos nas viagens - e os impulsionou cada vez mais longe.</p>	<p>mesmo os "alternativos" o conseguem. Eles partem atrás da aventura, mas permanecem cidadãos da sociedade industrial, prisioneiros do comportamento turístico normal.</p>	
		<p>Sociedade: sistema de valores</p> <p>Ter: posse, propriedade, fortuna, consumo, egoísmo.</p> <p>Ser: comunidade, tolerância, moderação, busca de um sentido, modéstia, honestidade.</p>	<p>O grande êxodo das massas que caracteriza a nossa época é consequência das condições geradas pelo desenvolvimento da nossa sociedade industrial.</p>	<p>"Sai-se de férias, isto faz parte do modo de vida desta civilização ou, mais precisamente, é uma norma evidente, introduzida nos esquemas mentais". Não se diz o que você faz nas férias", mas "onde você vai nas férias?".</p>	<p>A nova atitude face ao lazer poderia, inclusive, tornar positiva a perspectiva da redução forçada do tempo de trabalho. Trabalhar menos abriria o caminho para mais humanidade no trabalho, no lazer, na vida inteira. Tudo leva a crer que a revolução silenciosa que vai transformar o sistema de valores de nossa sociedade industrial</p>	<p>Ainda estamos numa sociedade do trabalho, e não numa sociedade do lazer. Uma sociedade que se obstina em dar prioridade à moral tradicional do trabalho e ao princípio do pleno emprego tomado no sentido de emprego em tempo integral, que nos impõe um ritmo de vida rígido e nos prescreve quando devemos trabalhar, quando devemos descansar e quando devemos tirar férias - sempre todos juntos, naturalmente; sob o signo das sardinhas em lata.</p>
		<p>Estado: poder público atrelado à economia</p>	<p>A tendência à centralização</p>	<p>Infraestrutura sempre mais onerosa (tráfego, abastecimento, eliminação</p>	<p>A forma binária da atividade econômica.</p>	

				dos resíduos).		
<i>Habitus</i> na forma de consumo	Consumo de massa (produção-consumo/ consumo-produção)	Progresso científico e técnico; produção de massa; Produção cria trabalho (não mais o trabalho cria produto)	A necessidade de viajar é sobretudo criada pela sociedade e marcada pelo cotidiano.	O que impele um indivíduo a viajar, a procurar no exterior o que não encontra no interior é menos o resultado de um impulso pessoal do que a influência do meio social, um meio social que fornece a cada um as suas normas existenciais. A decisão pessoal é de certa forma condicionada pela sociedade.	Humanização do trabalho.	Os turistas alternativos fazem o papel de batedores do turismo de massa.
			O ciclo do crescimento: mais produção proporciona mais trabalho - mais trabalho proporciona mais receita - mais receita permite mais consumo - mais consumo necessita de mais produção.	Os autóctones: entendem que, para fazer negócios, seria necessário que se colocassem de acordo com as leis do mercado, isto é, as necessidades da indústria do turismo e dos turistas.		Regra de ouro do marketing: é preciso produzir o que se pode vender.
			A paisagem e os homens se tornam bens de consumo.	O contato intensivo com os nativos, do qual se gaba a publicidade, advém por ocasião das excursões em ônibus climatizado, sob a proteção do guia de viagem e no âmbito	A viagem, é nos dias de hoje, a saber - na maioria dos casos - um artigo comercial destinado ao consumo agradável e irrefletido das diversões da era industrial, a grande	As pessoas gastam, aliás, cada vez mais dinheiro no lazer. O orçamento-lazer cresce numa velocidade superior a de todas as outras despesas de consumo.

				tranquilizador do grupo.	oportunidade que ele representa não será assimilada, a não ser por alguns de nossos contemporâneos de espírito mais esclarecido.	
Prática social do turismo	Turistas (sujeito)	Comportamento	<p>Os turistas são chamados de novos bárbaros, são comparados às nuvens de gafanhotos, que surgem qual calamidade e devoram tudo por onde passam, antes de desaparecerem.</p> <p>Ele age de forma egocêntrica, o que é muito compreensível - Ninguém, até hoje, lhe abriu os olhos sobre as consequências desse procedimento nem sobre a responsabilidade de que lhe cabe no sistema turístico. Ele ignora a maioria dos efeitos, sobretudo os efeitos a longo prazo que as viagens produzem na população, na economia e no meio ambiente das regiões visitadas.</p>	<p>A viagem é motivada muito mais pelo desejo de deixar alguma coisa do que pelo de ir para alguma coisa; as motivações e os comportamentos dos viajantes são fortemente centrados no ego.</p> <p>O turista "vilão" é um ser humano que busca, com todo o direito, a felicidade pessoal durante as férias. Ele tem uma necessidade cruel dessa liberdade subjetiva que a viagem lhe confere e a desfruta, mesmo que - aos olhos de seus detratores - ele não faça nada de especial.</p>	O fato de "ir de encontro de", o desejo de descobrir, de ir conscientemente ao encontro de outros seres humanos, outras regiões e culturas, assim como a volta para dentro de si próprio exercem uma função apenas acessória.	O ser humano em férias, este, vive a situação enquanto indivíduo, ele mesmo é quem escolhe e decide nesse momento. No entanto, a soma de todos os atos individuais resulta em clichês de massa. Consideradas aos milhões, as pessoas tomam um comportamento similar. É neste nível onde intervém a crítica. Os detratores do turismo censuram, sobretudo, o fato de que os problemas colocados pelas massas não possam ser resolvidos senão em escala industrial, isto é, pela padronização, pela produção em série e pelas instalações de grandes dimensões.

		Experiências dos viajantes	Procura experiências novas, continuamente por medo do vazio interior e do tédio	As expectativas ligadas às férias são as esperanças de felicidade.		
		Relações sociais	Os turistas entre si. O desejo de estabelecer relações com os habitantes das regiões visitadas tem um papel apenas acessório, como fazem crer as pesquisas			
		Motivações	Viajar é partir à descoberta de si mesmo.	A unanimidade parece acontecer no seguinte ponto: estas necessidades só podem ser satisfeitas "fora" e não "dentro", de casa, onde, aparentemente, não existe tal possibilidade	Prestígio social As motivações dos turistas são sempre dominadas por considerações egoístas.	Não há nada de surpreendente na constatação de que as razões inconfessadas sejam precisamente aquelas que a publicidade não cessa de repetir. Neste sentido, as motivações individuais são, em larga medida, "coisa mais do que sabida". Em outras palavras, no linguajar técnico: "Uma racionalização posterior das motivações sociais primárias".
		Ambiente e seus recursos (subsistema ecológico)	As caravanas de turistas que passam também não imaginam o quanto podem transtornar o equilíbrio emocional, religioso, cultural, econômico e	A grande maioria dos turistas não escolhe o lugar de suas férias em função dos autóctones, mas em função do país.	Os devoradores de paisagens, repercussão visível do turismo sobre o meio ambiente, tornaram-se um tema de controvérsias.	Devoradores de paisagens turísticas Qualidade do meio ambiente, isto é, a alteração da marca própria das localidades e da paisagem em geral, a poluição arquitetônica do ambiente, da água e do ar, o

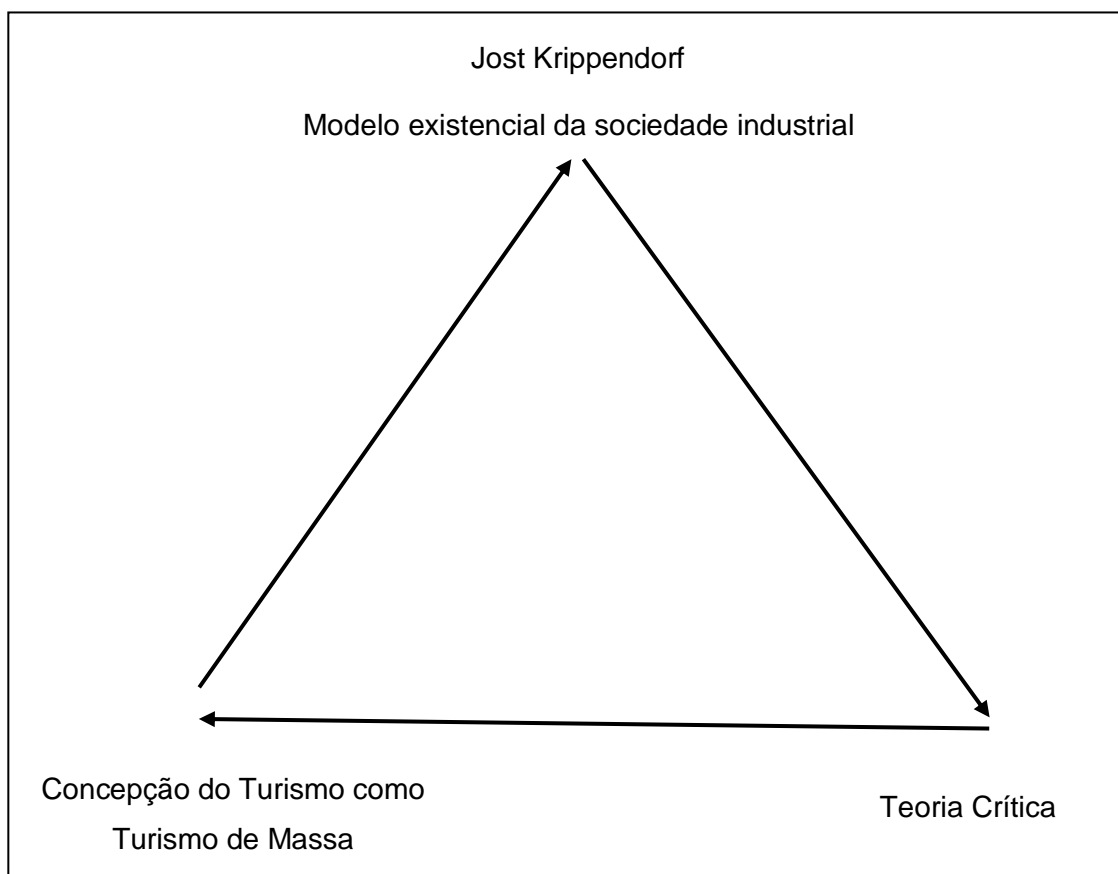
			ecológico das regiões visitadas e suas populações.			barulho, os atentados ao equilíbrio ecológico e os danos sofridos pelos animais e plantas.
		Custos sociais	Alteração das características da localidade	Monocultura turística cria dependência dos turistas	Mudanças que o turismo pode gerar na sociedade nativas a saber, o desejo de adotar os hábitos de consumo e o comportamento dos turistas	A influência do turismo sobre os hábitos, os costumes, as tradições e as normas locais, ou os atentados cometidos contra a vida familiar e social da comunidade, a degradação da língua do país, o declínio cultural causado pela adaptação ao gosto estrangeiro, à comercialização do folclore e à prostituição cultural
			O confisco estrangeiro (poderio econômico e político).	As relações entre os viajantes e os viajados são de tal porte que as chances de se estabelecer contatos humanos verdadeiros são mais fracas do que nunca.		Autóctones - São, portanto, os viajados, que devem se adaptar aos viajantes, e não o contrário.

Como metodologia de evidenciação empírica foi aplicada a técnica da triangulação, essa técnica para Triviños (1987, p. 138-139), tem por objetivo básico abranger a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do foco em estudo, partindo de princípios que sustentam que é impossível conceber a existência isolada de um fenômeno social, sem raízes históricas, sem significados culturais e sem vinculações estreitas e essenciais com uma macro realidade social.

Segundo a técnica de triangulação apresentada por Triviños (1987) o interesse deve estar dirigido no intuito de compreender as inter-relações entre sujeito-objeto-consumo e as suas crenças, atitudes, valores e motivações nas práticas turísticas; em seguida, aos elementos produzidos pelo meio em que se contextualiza a pesquisa, que possui como quadro de interpretação a teoria crítica, e por último, aos processos e produtos originados pela estrutura socioeconômica e cultural do macro organismo social no qual está inserida a base da pesquisa que é o modelo existencial da sociedade industrial, proposto por Krippendorf (1989).

O modelo de triangulação utilizada nesta pesquisa está representada na figura 4.

Figura 4 - Modelo de triangulação dos dados coletados



No próximo capítulo iremos analisar a obra de Krippendorf: Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Essa obra possui 235

páginas, divididas em quatro capítulos: 1 - O modelo existencial na sociedade industrial: trabalho – moradia – lazer – viagem; capítulo 2 - A maquinaria das férias ou o ciclo da reconstituição; capítulo 3 – Para a humanização do cotidiano e capítulo 4 – Teses para a humanização da viagem. Influenciado pelo cenário histórico, político e social dos anos 80, década da escrita da primeira edição do livro, que tinha a questão ambiental e a mudança climática como urgentes e necessárias na perspectiva de uma sociedade sustentável, assim como nos dias atuais. O livro Sociologia do Turismo foi a primeira obra na área do turismo com análises críticas, a partir de categorias dialéticas histórico-estrutural (Moesch, 2004, 154); o autor faz críticas ao modelo econômico industrial estabelecido: Ter – consumir – Ser. Sua obra vai além dos impactos do turismo: ele clama a sociedade para refletir sobre as formas de humanizar o cotidiano (trabalho, moradia e lazer), e acredita que essa reflexão crítica poderá influenciar no comportamento mais respeitoso e harmônico do indivíduo em seu anticotidiano (férias/viagens/turismo) e, assim, construir um turismo mais harmonioso com as realidades das localidades visitadas.

CAPITULO III – OBJETO DE ANÁLISE: O DISCURSO DO TURISMO DE MASSA NA OBRA “SOCIOLOGIA DO TURISMO” DE JOST KRIPPENDORF

Enfim, chegou o fim de semana, enfim, chegaram às férias! (KRIPPENDORF, 1989, 40).

A teoria crítica será à base de interpretação teórica da tese de Jost Krippendorf expressa na obra Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens, que por ser capaz de atender a lógica e as formalidades estruturais e históricas da DHE, apresentado pelo método no capítulo II, o que permite a análise do conteúdo e de sua fala.

A preocupação básica é com a fundamentação teórica expressa pelas categorias apresentadas no capítulo II em relação ao texto expresso na obra possibilitando responder as implicações da categoria “consumo de massa”, ao definir turismo de massa e sua determinação, na abordagem do turismo por Krippendorf.

A obra Sociologia do Turismo, de Jost Krippendorf foi publicada, originalmente em alemão, no ano de 1984, pela editora *Orell Füssli Verlag*, de Zurich, com o título original: *DIE FERIENMENSCHEN - Für ein neues Verständnis Von Freizeit und Reisen*. Em,1987, foi publicada em Paris, pela editora Éditions L’Harmattan, com o título de *LES VACANCES, ET APRÈS?- Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages*. No Brasil sua primeira edição foi em 1989, pela editora Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, sob o título Sociologia do Turismo - Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Outras edições foram impressas no Brasil pela editora Aleph, em 2001, 2009, 2012. A edição de 2009 foi comemorativa aos 20 anos da primeira publicação no Brasil.

A edição escolhida para análise de conteúdo foi da primeira edição, de 1989, editora Civilização Brasileira, por manter as fotos e ilustrações originais as publicações alemã e francesa.

No primeiro capítulo da obra Sociologia do Turismo, edição brasileira de 1989, Jost Krippendorf apresenta o modelo existencial trabalho-moradia-lazer-viagens, correspondentes ao capítulo 1 - O modelo existencial na sociedade

industrial: trabalho- moradia- lazer- viagem, conforme edição de 1989, da editora Civilização Brasileira.

No segundo capítulo de Sociologia do Turismo (1989) intitulado: A maquinaria das férias ou o ciclo da reconstituição; descreve os processos que determinam o lazer e a mobilidade, o que chama de ciclo de reconstituição do ser humano na sociedade industrial.

No terceiro capítulo: Para a Humanização do Cotidiano, o autor analisa as novas tendências que poderiam modificar todo o conjunto: o universo cotidiano, a economia, o trabalho, a moradia e o lazer; a mentalidade dos seres humanos e os princípios fundamentais da nossa sociedade. Já o quarto capítulo: Teses para a humanização da viagem, apresenta sua posição esperançosa por um outro turismo.

A obra escrita por Krippendorf está inserida em um contexto histórico e social do próprio modelo analítico proposto por ele - Modelo Existencial da Sociedade Industrial (1989, p. 30) e possui como ponto de partida a expressão “viajar é fugir”. Todos os desmembramentos e suas consequências surgem, *a priori*, da relação sujeito em seu cotidiano com o anticotidiano. O ser humano viaja, sobretudo, em função de um desejo de fuga.

A abordagem inicial é sobre os acontecimentos históricos-sociais, a luz da teoria crítica, que proporcionaram e intitularam o turismo como turismo de massa na compreensão de Krippendorf (1989), seguida da análise de conteúdo da obra supra citada.

3.1 A TEORIA CRÍTICA COMO TEORIA INTERPRETATIVA DA CONCEPÇÃO DO TURISMO DE MASSA

Para a compreensão da teoria crítica, no cenário atual, torna-se necessário fundamentar-se de um ponto de vista imanente ao próprio objeto social, seus diagnósticos e suas análises sobre as condições “dadas” e sobre os obstáculos existentes à emancipação, ou seja, os obstáculos presentes na sociedade – transformações econômicas, políticas e culturais – que influenciam todos os

diagnósticos críticos voltados para o problema da emancipação. (SANTOS, 2011). Assim, parafraseando Marcuse (1936, *apud*, WOLF, 2002, p. 83): “os fins específicos da teoria crítica são a organização de uma vida em que o destino dos indivíduos seja dependente não já do acaso e da cega necessidade de incontrollados laços econômicos, mas da realização programada das possibilidades humanas”.

Para Wolf (2002, p. 83) a teoria crítica propõe uma análise da economia de troca: desemprego, crises econômicas, militarismo, terrorismo, a condição das massas. Por meio dos fenômenos superestruturais da cultura ou do comportamento coletivo, a teoria crítica pretende compreender o sentido dos fenômenos estruturais, primários, da sociedade contemporânea, o capitalismo e a industrialização.

Krippendorf apresenta este diagnóstico e as transformações na prática turística dentro do modelo existencial da sociedade industrial. O desafio da teoria crítica é poder renovar estes diagnósticos no intuito de tornar possível a continuidade da formulação crítica dos potenciais emancipatórios da sociedade, e, neste contexto para as práticas turísticas.

De acordo com Santos (2011, p. 23) a tarefa principal da teoria crítica consiste em seu interesse pelas condições emancipatórias socialmente existentes, mais precisamente em enumerar e avaliar a natureza e o âmbito das alternativas ao que está empiricamente dado. Nesse contexto, esclarece que:

Esta enumeração breve dos problemas que nos causam desconforto ou indignação é suficiente para nos obrigar a interrogarmo-nos criticamente sobre a natureza e a qualidade moral da nossa sociedade e a buscarmos alternativas teoricamente fundadas nas respostas que dermos a tais interrogações. Essas interrogações e essa busca estiveram sempre na base da teoria crítica moderna. Max Horkheimer definiu-a melhor que ninguém. “A razão não pode ser transparente para consigo mesma enquanto os homens agirem como membros de um organismo irracional” (Horkheimer, 1972: 208). (SANTOS, 2011, p. 23).

A teoria crítica, aqui representada por Adorno e Horkheimer, traça um panorama pessimista sobre a sociedade capitalista da metade do século XX.

À reflexão crítica, desses autores, ficou restrita as obras de Marx, sem abandonar o paradigma da luta de classes como a forma de superação do sistema capitalista, nos anos 60, abandona-se qualquer esperança de que a classe operária

pudesse reverter o processo de perpetuação do paradigma dominante. Os trabalhadores assalariados não tinham condições de reconhecer suas atuais condições e se limitavam a contentar com as melhorias salariais, em troca da perda da autonomia e da consciência de sua exploração e alienação objetiva. (FREITAG, 2004, p. 80). Para Horkheimer e Adorno (1985, p. 40) “o preço da dominação não é meramente a alienação dos homens com relação aos objetos dominados; com a coisificação do espírito, as próprias relações dos homens foram enfeitiçadas, inclusive as relações de cada indivíduo consigo mesmo”.

Os teóricos críticos condenaram a forma como se davam as relações econômicas e sociais nos países onde prosperava a economia liberal, que, segundo eles, fortalecia o grande capital e iludia a grande massa dos trabalhadores com seus bens simbólicos da indústria cultural. (FREITAG, 2004, p. 80). Ou seja, a indústria cultural, conforme a teoria crítica contribui para falsificar as relações antagônicas na sociedade, criando a ilusão de felicidade social através do entretenimento, afastando qualquer hipótese de que referências culturais paralelas àquela apresentada como padrão social apareçam e se destaquem no plano político-cultural. Krippendorf (1989, p. 23) reforça a soberania da economia como força estruturante do modelo existencial: “A economia se distanciou do ser humano, colocou-se acima deste e, de uma certa forma, apoderou-se de sua liberdade. Ela trabalha para manter o próprio aparelho, uma existência própria”.

Adorno e Horkheimer se limitaram então a problematizar o contexto dentro da indústria cultural no qual identificam como forma da manipulação das consciências, ficaram restritos ao contexto-histórico dentro do paradigma da modernidade, ou dominante. Para a teoria crítica nenhuma força contemporânea seria capaz de garantir a necessária reestruturação da sociedade e, deste modo, perde a crença e a conexão com a experiência prática. (FREITAG, 2004, p. 80). Nesta perspectiva que Krippendorf propõe a mudança de cenário, contrapondo o próprio determinismo econômico sobre a vida social, por ele analisado, aponta para a necessidade de humanizar o cotidiano para avançar em busca da emancipação desta situação de subordinação.

O segmento sobre a "indústria cultural" mostra a regressão do esclarecimento à ideologia, que encontra no cinema e no rádio sua

expressão mais influente. O esclarecimento consiste aí, sobretudo, no cálculo da eficácia e na técnica de produção e difusão. Em conformidade com seu verdadeiro conteúdo, a ideologia se esgota na idolatria daquilo que existe e do poder pelo qual a técnica é controlada. No tratamento dessa contradição, a indústria cultural é levada mais a sério do que gostaria. Mas como a invocação de seu próprio carácter comercial, de sua profissão de uma verdade atenuada, há muito se tornou uma evasiva com a qual ela tenta furtar-se à responsabilidade pela mentira que difunde, nossa análise atém-se à pretensão, objetivamente inerente aos produtos, de serem obras estéticas e, por isso mesmo, uma configuração da verdade. Ela revela, na nulidade dessa pretensão, o carácter maligno do social. O segmento sobre a indústria cultural é ainda mais fragmentário do que os outros. (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 16).

Para Featherstone (1995, p. 35) os autores Horkheimer e Adorno ao considerarem as indústrias culturais como produtoras de uma cultura de massa homogênea que põe em risco a individualidade do sujeito, tem sido criticada por seu elitismo e incapacidade de examinar processos reais de consumo. Se no século XVIII o conceito de cultura popular tinha um significado de progresso, acentuando a autonomia do indivíduo, na época da indústria cultural acentua uma estrutura social cada vez mais hierárquica e autoritária que transforma a mensagem cultural em uma obediência ao valor dominante. Os padrões, as fórmulas ou os estereótipos são, na verdade, estratégias adotadas pelos conglomerados midiáticos para “utilizar plenamente a capacidade de produção de bens e serviços de acordo com o princípio de consumo estético massificado.” (RÜDIGER, 2008, p. 138).

Nesse sentido, Merten (1982, *apud*, Wolf, 2008, p. 60) argumenta que:

O efeito da comunicação de massa é compreendido como consequência das gratificações às necessidades experimentadas pelo receptor: os meios de comunicação de massa são eficazes se o receptor lhes atribui essa eficácia e em que medida, com base justamente na gratificação das necessidades. Em outras palavras, a influência das comunicações de massa permanece incompreensível se não se considerar a sua importância em relação aos critérios de experiência e aos contextos situacionais do público: as mensagens são desfrutadas, interpretadas e adaptadas ao contexto subjetivo de experiências, conhecimentos, motivações.

A indústria cultural, estuda como sistema, é ilustrada a transformação do progresso cultural no seu contrário, com base em análises de fenômenos sociais da sociedade americana entre os anos 30 e 40. Assim, os autores Horkheimer e Adorno (1947, *apud*, Wolf, 2008, p. 75) ressaltam que os meios de comunicação e de

produção de massa constituem um sistema, onde todos se alimentam de si mesmos e todos formam um só conjunto. A máquina da indústria cultural gira sem sair do lugar: ela transforma a cultura em mercadoria, e impõe aos consumidores à lógica do mercado. Ou seja, na era da indústria cultural e da cultura do consumo, o indivíduo não decide mais com autonomia: o conflito entre impulso e consciência é resolvido com a adesão acrítica aos valores impostos. “O consumidor não é soberano, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto.” (ADORNO, 1967, *apud*, WOLF, 2008, p. 77).

Os autores Horkheimer e Adorno (1985) argumentam que as atividades de lazer, a arte e a cultura como um todo são filtradas pela indústria cultural, ou seja, a recepção é ditada pela lógica do processo de produção e de mercado. Nesse sentido, na concepção do termo cultura de massa, as mercadorias ficam livres para adquirir um ampla variedade de associações e ilusões culturais. Assim, a publicidade é capaz de explorar essas possibilidades, fixando clichês de romance, exotismo, desejo, beleza, realização e a vida boa nos bens de consumo. (FEATHERSTONE, 1995, p. 33). Nesse sentido, os pesquisadores frankfurtianos observaram, à época, que a industrialização dos bens simbólicos adapta a cultura ao consumo das massas, assim como o faz a indústria do turismo. Assim, Krippendorf (1989, p. 61) argumenta sobre a relação lazer-liberdade:

Mesmo que um bom número de pessoas não saiba muito bem o que fazer com esta liberdade repentina e fora do comum, dado que lhes falta a prática e a segurança, elas procuram ajuda sob a forma da oferta padronizada da indústria do turismo - nem por isso são fantoches, pois conservam esta liberdade fundamental da viagem. Entretanto é incontestável que a organização atual do turismo não favorece a liberdade nem a autonomia da pessoa em férias.

Krippendorf foi um dos pioneiros a criticar o turismo como consumo massivo, no intuito de abordar questões como: o turismo de massa como mercadoria de consumo e manipulação dos indivíduos relacionando com a divisão entre horas de trabalho e lazer e a falsa ideia de que com o avanço dos meios de comunicação houve democracia no acesso ao turismo pelas massas.

Na atualidade e contraponto essa teoria crítica frankfurtiana, Santos (2002) propõe novas reflexões sobre a emancipação e reformulação da teoria crítica e a

proposta de avanço com o paradigma emergente. Santos (2002, p. 16) faz uma crítica à teoria crítica apresentada pelos frankfurtianos ao dizer que: a teoria crítica moderna é subparadigmática, deixou de ser possível conceber estratégias emancipatórias genuínas no âmbito do paradigma dominante; á que todas elas estão condenadas a transformar-se em outras tantas estratégias regulatórias. Para o autor o pensamento crítico se torna eficaz com uma posição paradigmática: partir da crítica do paradigma dominante tanto dos modelos regulatórias como os emancipatórios para servir de base à imaginação utópica construir possibilidades para um paradigma emergente.

Krippendorf afirma que o problema do turismo está na grande quantidade dos deslocamentos aos núcleos receptores, que ultrapassa a capacidade de carga desses locais. Em sua análise, o indivíduo satisfeito com o seu cotidiano poderia ter menos motivação para fugir em busca de algo. A obra estuda o comportamento dos turistas, principalmente os europeus (suíços e alemães) e, o autor afirma, que os impactos negativos oriundos principalmente do turismo de massa apresentam alguma diferença entre o local receptor mais vulnerável e menos vulnerável. Apesar das críticas, sua posição é otimista: “acredito na possibilidade de emancipação do turismo - mesmo que o processo de aprendizado e de maturação que devem adotar os seres em viagem não se realiza do dia para a noite. Empreendida pelos viajados, uma evolução deste tipo exigiria tempo, experiência e educação.” (KRIPPENDORF, 1989, p. 133).

3.2 A CONCEPÇÃO DE TURISMO DE MASSA NA OBRA DE JOST KRIPPENDORF

3.2.1 Análise do modelo existencial na sociedade industrial, a tese descrita pelo capítulo 1.

No capítulo 1 “O modelo existencial na sociedade industrial: trabalho – moradia – lazer – viagem”, páginas 27 a 37, Krippendorf apresenta o modelo

existencial trabalho-moradia-lazer-viagens e afirma que se compreendermos o movimento pendular entre o cotidiano e o anticotidiano, com suas múltiplas interações, e estes funcionassem de forma harmoniosa, poderíamos facilmente entender os aspectos essenciais do fenômeno turístico. No segundo capítulo “A maquinaria das férias ou o ciclo da reconstituição”, páginas 38 a 135, o mais longo deles, Krippendorf aborda o complexo universo das motivações do sujeito no despertar da prática turística, as influências sociais, as promessas dos mercadores de paraísos e da indústria do lazer, o comportamento e as experiências do sujeito, relação entre viajantes e viajados, o que os viajados obtêm e esperam do turismo, o confisco estrangeiro, o turista entre o domínio e a emancipação.

Com grandes avanços e contribuições, Krippendorf ressalta que o modelo de turismo de massa, é aquele em que muitas pessoas, todas juntas fazem as mesmas coisas e vão para os mesmos lugares. De acordo com o autor esse modelo seria muito bom se não fosse pelos problemas que veio a desencadear. Ele foi um dos primeiros intelectuais a criticar o turismo de massa e a denunciar seus impactos. Neste contexto, o autor chama de ciclo da reconstituição característico da sociedade industrial a relação “trabalho-moradia-lazer-viagem”. E afirma sobre a necessidade de se reinventar o turismo, e, convoca a sociedade para refletir sobre as novas formas de humanizar o cotidiano, e acredita que essa reflexão crítica poderá influenciar no comportamento mais respeitoso e harmônico do indivíduo com seu meio.

Assim, para Krippendorf, a proposta do turismo tido como turismo de massa não é aquele do indivíduo que viaja, mas aquele da massificação do fenômeno em seu todo. O principal problema do turismo moderno está, na realidade, no volume de turistas, pois, a soma de todos os atos individuais resulta em clichês de massa. Essas atitudes, de escolher onde ir nas férias, antes de o que fazer nas férias, apontam para pouca autonomia do sujeito na escolha do destino.

Nesse sentido, Wolf (2008) ressalta que não devemos reduzir a sociedade de consumo apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também confronta as pessoas com imagens-sonho que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade. Parafraseando Krippendorf - O ser humano não

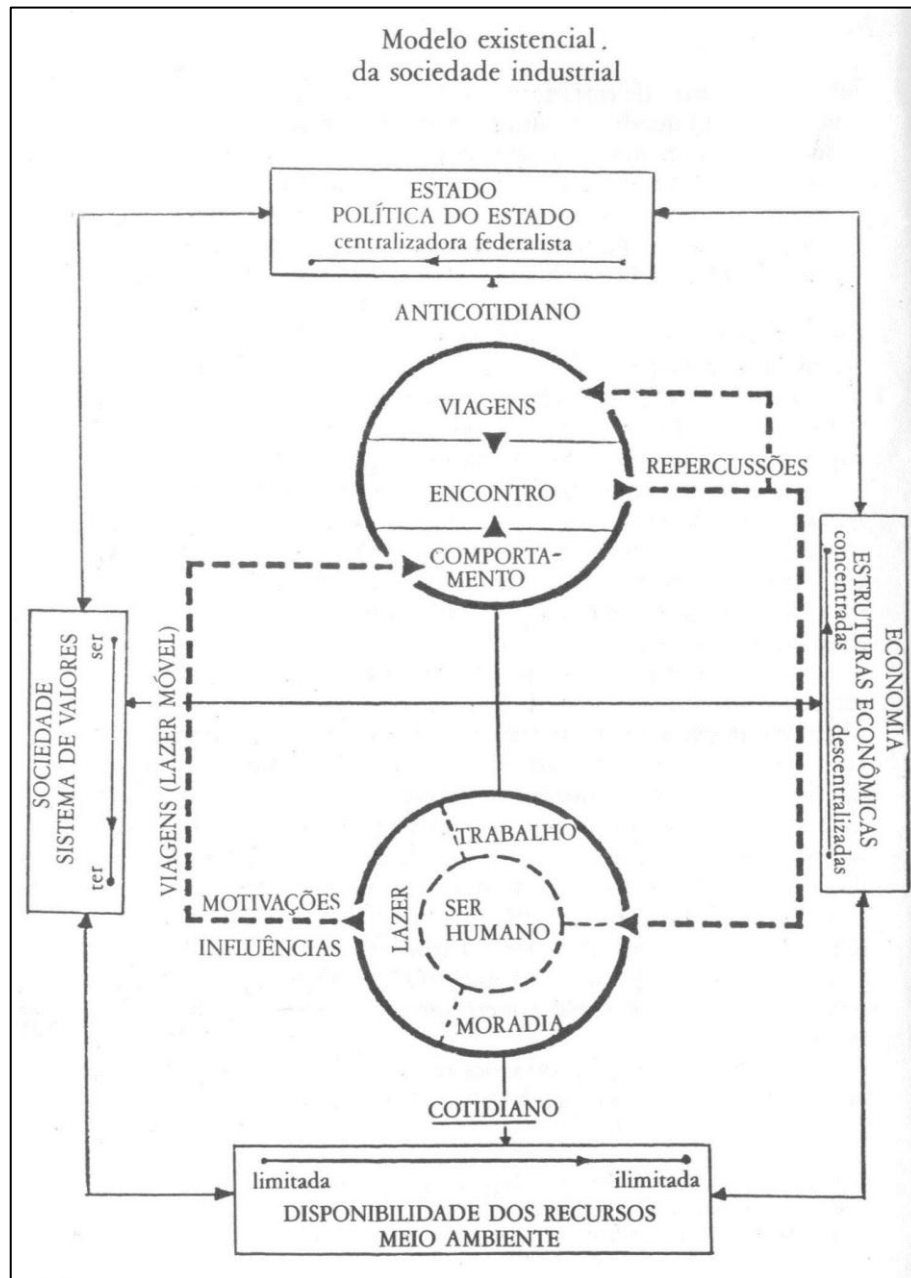
nasceu turista! As motivações, os comportamentos, as experiências, os avanços tecnológicos, científicos e industriais colocaram a sociedade humana em movimento.

Sobre tal questão, Krippendorf (1989, p. 15) afirma:

A sociedade humana, tão sedentária até recentemente, pôs-se em movimento. Hoje, uma mobilidade frenética tomou conta da maioria dos habitantes das nações industriais. Aproveita-se de todas as oportunidades para viajar. Oportunidades de fugir ao cotidiano, com a maior frequência possível. Curtas escapadas no decorrer da semana ou do fim de semana, longas viagens nas férias. Para os mais idosos, não há desejo mais ardente que o de outro endereço. Acima de tudo, não ficar em casa: viajar, a qualquer preço!

A figura 5 representa o Modelo existencial da sociedade industrial proposto pelo autor no sistema global da sociedade industrial.

Figura 5 – Modelo existencial da sociedade industrial



Fonte: Krippendorf, 1989, p.30.

Para os autores Adorno e Horkheimer (2002) os bens culturais produzidos pelo mercado, ou seja, para a indústria do lazer, são planejados e manufaturados de acordo com os objetivos da acumulação capitalista, com o objetivo apenas no lucro; eles não surgem das massas, são idealizados para o consumo das massas, e como ressaltam a teoria crítica esse processo atrofiou a capacidade do indivíduo de pensar e agir de uma maneira crítica e autônoma.

Estas poucas observações relativas às condições gerais da nossa vida já deixam compreender um importante fato que o gráfico não mostra: o sistema não funciona tão harmoniosamente como este quadro poderia nos fazer crer. Na realidade, os elementos não têm o mesmo peso. As diversas áreas não são equivalentes, as influências que exercem não são comparáveis. Alguns polos e subsistemas predominam em detrimento de outros. Por vezes, são forças que se anulam reciprocamente, e até mesmo que se combatem ao invés de se complementarem. (KRIPPENDORF, 1989, p. 29).

A outra força estruturante que citamos é a ECONOMIA, dentro do modelo existencial ela se caracteriza pela tendência crescente à concentração de riqueza, ao domínio das grandes empresas e a descentralização das pequenas e médias que lutam para sobreviver. O AMBIENTE e seus recursos é tratado e explorado como se os recursos fossem inesgotáveis e infinitos. A ciência e tecnologia encontram sempre novos meios para ultrapassar os limites de carga dos ecossistemas.

O ESTADO e sua política estão atrelados à economia. O sistema econômico em expansão de uma infraestrutura sempre mais onerosa (tráfego, abastecimento, eliminação dos resíduos) e, ao mesmo tempo, de desenvolver mecanismos de regulamentação (retomada conjuntural, subvenção dos setores econômicos ameaçados) que garantam o bom funcionamento da economia de crescimento.

Assim, Krippendorf (1989, p. 28-29) explica as forças estruturantes mencionadas como:

A reunião destes sistemas parciais constitui, de certa forma, o ambiente no qual se desenrola a nossa vida. O quadro ressalta as tendências gerais que foram adotadas no decorrer dos últimos trinta anos: - Na nossa sociedade, os valores do "ter" suplantaram os valores do "ser": posse, propriedade, fortuna, consumo, egoísmo vêm antes de comunidade, tolerância, moderação, busca de um sentido, modéstia, honestidade.

Em uma sociedade industrial capitalista que cultiva o consumo e despreza a natureza faz com que o comportamento econômico superasse os valores éticos e humanos.

Na obra analisada a diferença entre os valores do "ser" e do "ter" está em uma sociedade centrada sobre as coisas, ou seja, o consumo; o consumo

transformou-se na moral do mundo contemporâneo. Nesse contexto, Debord (1997, p. 17) diz que a dominação da economia sobre a vida social levou, na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do ser em ter. Há um esvaziamento das relações humanas, que é preenchido pela busca da satisfação de necessidades e desejos. “A fase presente da ocupação total da vida social em busca da acumulação de resultados econômicos conduz a uma busca generalizada do ‘ter’ e do ‘parecer’”.

Krippendorf (1989, p. 36) argumenta que para avançarmos no sentido de humanizar o turismo é preciso, pois, que a economia se descentralize novamente, ou seja, que o sistema de valores do indivíduo e da sociedade volte a acentuar mais o "ser" do que o "ter".

A economia se caracteriza pela tendência crescente à concentração, ao domínio das grandes empresas e aos consórcios que açambarcam o poder econômico em detrimento das pequenas e médias empresas independentes, que lutam para sobreviver. Por outro lado, a divisão do trabalho e a especialização acentuam-se ininterruptamente, enquanto o auto abastecimento declina. - Tratamos o ambiente como se os recursos fossem inesgotáveis. A ciência e a técnica encontram sempre novos meios de impelir os limites impostos pelo equilíbrio do ecossistema. Os efeitos secundários negativos do crescimento econômico fundamentado na tecnologia parecem, à medida em que surgem, simples de dominar e de remediar. - Enfim, não existe nenhum país industrial onde a burocracia do Estado, as atribuições e as despesas do mesmo não tenham aumentado, engendrando com isso a tendência à centralização. (KRIPPENDORF, 1989, p. 28-29).

Nesse contexto, o autor analisa o turismo sob o paradigma da teoria crítica, onde a infraestrutura é determinante da superestrutura. A determinação das forças econômicas, cujas características são a exploração e alienação do ser humano, há uma predominância do sistema econômico ao social. A dominação da economia sobre a vida social levou, na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do ser em ter. (DEBORD, 1997, p. 17).

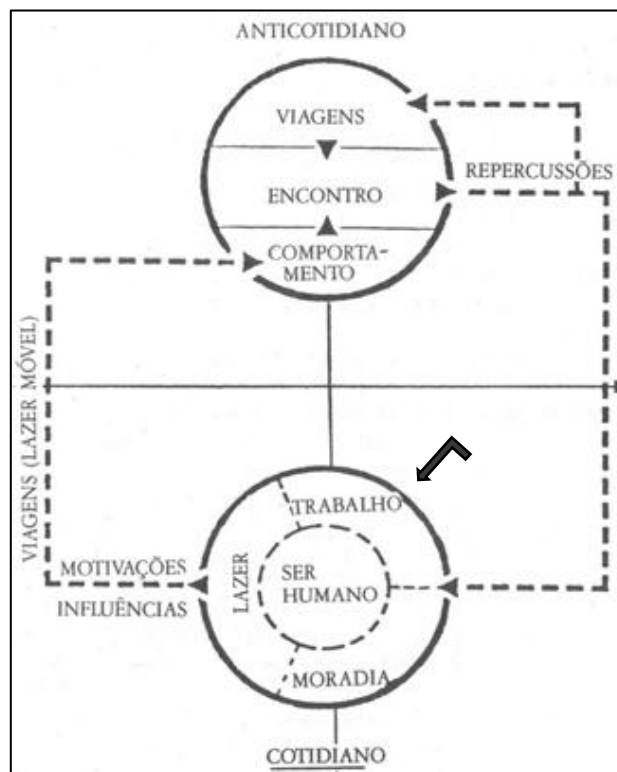
O Estado é obrigado a adotar o aparelho econômico em expansão de uma infraestrutura sempre mais onerosa (tráfego, abastecimento, eliminação dos resíduos) e, ao mesmo tempo, de desenvolver mecanismos de regulamentação (retomada conjuntural, subvenção dos setores econômicos ameaçados) que garantam o bom funcionamento da economia de

crescimento. Os serviços do Estado se estendem também às áreas da saúde, da educação, da responsabilidade sobre os grupos marginais e de proteção ao ambiente ameaçado. Tais serviços são essenciais e não podem ser prestados por nenhum outro órgão. (Krippendorf, 1989, p. 28-29).

Assim, na visão da teoria crítica, a infraestrutura, que é constituída pela base econômica de uma sociedade é predominante a superestrutura, os níveis jurídico e ideológicos, ou seja, sistema econômico que determina a cultura de consumo, do lazer e das férias.

Nesse sentido torna-se necessária a compreensão do que o autor chama de “o ciclo da reconstituição” (ou recriação) do ser humano dentro da sociedade industrial – contextualizado no centro da figura 6. O ciclo inicia-se com o ser humano, no qual é determinado pelos três setores da vida que são o trabalho, a moradia e os lazers, que juntos formam o cotidiano.

Figura 6 – Recorte central do Modelo existencial da sociedade industrial



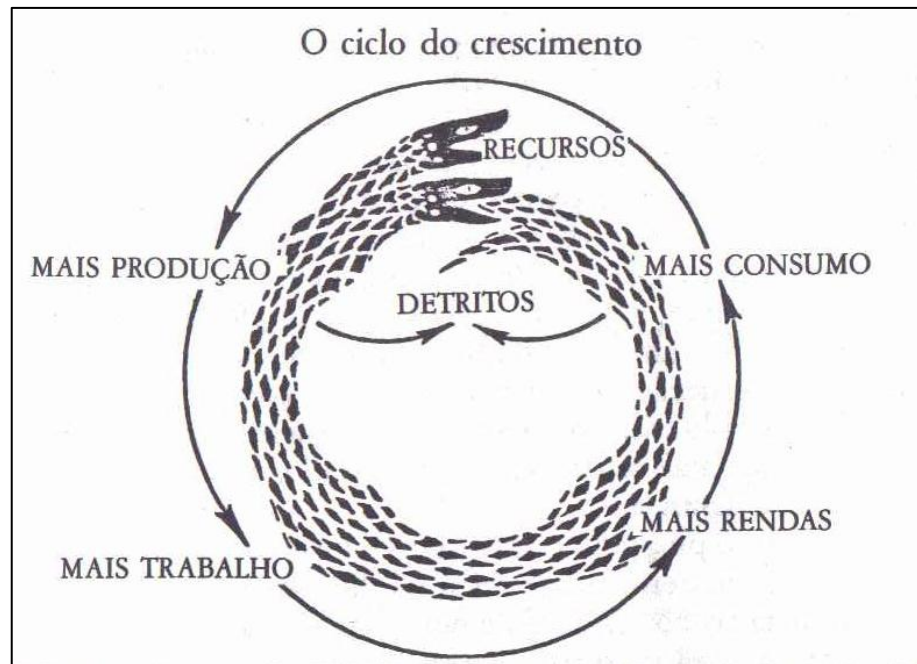
Fonte: Krippendorf, 1989, p.30.

O sujeito utiliza parte dos lazeres em “lazer moveis”, ou seja, em viagens, que são condicionadas por influências, motivações e expectativas muito específicas para cada um. O destino das viagens constitui o outro polo, o anticotidiano. Para Urry (1999, p. 15) o sujeito consome bens e serviços por serem experiências prazerosas e diferentes daquelas que encontramos no cotidiano. Se analisarmos este processo de consumo da atividade turística na visão da indústria cultural, resultaria em um prognóstico pessimista a respeito do sujeito, que possui práticas e experiências diversas e individualizadas. O tempo livre, hoje, se converte cada vez mais em tempo de consumo.

O cotidiano e o anticotidiano sofrem influências por quatro campos de forças estruturantes, conforme já citado, ligados entre eles: a SOCIEDADE com seu sistema de valores, onde os valores do "ter" superam os valores do "ser". Retomo aqui a discussão sobre a relação entre o sujeito e a forma de produção dos bens culturais, por um lado, e, o sujeito e a forma de seu consumo, por outro. (Cohn, 2014, p. 124-125). Não podemos analisar o consumo na perspectiva estrutural, sem levar em consideração as práticas dos atores sociais, ou seja, o consumo é um ato passivo e ativo ao mesmo tempo.

Para Krippendorf, as práticas turísticas, estão contextualizadas dentro de um círculo, que contempla os efeitos que o turismo de massa produz e produzirá a nível ecológico, psicológico e socioeconômico. O autor chama este círculo vicioso de o ciclo do crescimento conforme apresentado na figura 7. Retomando o raciocínio dos valores sociais do TER, podemos compreender o ciclo, onde temos, cada vez mais consumo, que gera cada vez mais renda, que gera cada vez mais trabalho, que gera mais produção, e mais, e mais, e mais.... Um ciclo sem fim.

Figura 7 - O ciclo do crescimento



Fonte: Krippendorf, 1989, p.32.

Krippendorf (1989, p. 33) descreve a figura:

Uma das cabeças devora os recursos naturais sob a forma de matérias-primas e energia, a outra já começou a engolir a própria cauda. Esta serpente devolve uma montanha crescente de detritos: matérias e energias que não podem ser recicladas, isto é, servir novamente de alimento à primeira cabeça da serpente. Trata-se de uma perda de substância que constitui um golpe tremendo contra o meio ambiente. A isto respondem que as novas tecnologias de proteção ao meio ambiente poderiam reduzir os efeitos nefastos sobre a ecologia e conjurar o perigo. Contudo, para dispor dos meios necessários, seria mais do que nunca indispensável que a economia continuasse com o crescimento. Assim, pois, o crescimento vai nos servir para pagar os custos do crescimento! E o meio ambiente não é a única área envolvida ...

Adorno (2002, p. 25) afirma que: “quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente esta pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e disciplina-las, retirar-lhes até o divertimento”.

E, para Krippendorf as consequências dessa estrutura são: coisas quebram e estragam rapidamente; eliminação de detritos onerosa; despesa com poluição de ar, água e resíduos enormes; desastres ambientais frequentes; doenças aumentam;

mais produto equivale-se a mais detrito; supervalorização do Produto Interno Bruto esquecendo o preço socioambiental do aumento da produção.

O ponto de equilíbrio dessas necessidades seria dominar à vida. Mas, dentro do contexto que o autor apresenta torna-se difícil o indivíduo manter um tal equilíbrio por muito tempo. Se por um lado, vivemos em um mundo conectado, digital, tudo online, correria, engarrafamento, estresse, etc., por outro, tantas coisas são monótonas, sem atrativos e uniformizadas, que se as pessoas não partissem em busca de encontrar-se, enlouqueceriam, afirma Krippendorf (1989, p. 39).

Este modelo ideal de ciclo de reconstituição do ser humano na sociedade industrial, conforme expõe o autor não funciona, pois, não são equivalentes, as influências que exercem não são interativas. Por exemplo, a economia reina sobre as demais forças. Ela dita a conduta a adotar, “a exploração dos recursos naturais, a escala de valores do homem e a política do Estado caíram sob seu domínio e a ela estão subordinadas”. (KRIPPENDORF, 1989, p. 31). Para a economia todas as atividades arriscam-se literalmente a ser comercializadas.

3.2.2 Análise de conteúdo: A maquinaria das férias ou o ciclo de reconstituição, capítulo 2.

Nesse capítulo 2 da obra Sociologia do Turismo fica evidente a utilização da categoria operatória deste estudo o conceito de massa, consumo de massa, turismo de massa tanto nos argumentos utilizados na antítese proposta pelo autor, como ratificada pelas imagens.

Diante da proliferação da terminologia e das polêmicas acerca de seus conceitos, retomarei o esclarecimento conceitual da categoria massa, para então relacionarmos ao objeto dessa pesquisa que é turismo de massa. Na obra analisada, Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens, o autor cita o termo massa em 44 trechos, em sua maioria ele reporta o termo massa para indicar multidão (quantidade de turistas).

Para o autor brasileiro Cohn (2014) a categoria massa designa uma coletividade de grande extensão e heterogênea. “Isto é trata-se de um coletivo, de indivíduos indiferenciados quanto às normas de comportamento, valores e posições sociais, pelo menos naquilo que diz respeito a uma situação determinada”. (Cohn, 2014, p. 27). Assim, entendida, a noção de massa torna-se mais útil ao indicar multidão, porém não podemos massificar as motivações e experiências dos sujeitos, nem regredirmos a reduzir o turismo em um turismo de multidão.

Cohn (2014) ressalta também que é por meio do pensamento freudiano que retomamos o problema da dominação, como o faz o grupo de Frankfurt.

Cohn (2014, p. 38) cita Freud:

Cada indivíduo é parte componente de muitas massas, multiplamente vinculado mediante identificação, e construiu o seu Ego-ideal conforme os modelos mais diversos. Cada qual participa, assim, de múltiplas mentalidades de massa, na sua raça, do seu status, da comunidade de crença, da nacionalidade, etc., e pode alçar-se acima disso no sentido de uma parcela de independência e originalidade.

Assim, rejeita-se a importância das massas correlatas apenas a multidões, pelas organizadas e elimina-se ao mesmo tempo o perigo de conceber a sociedade global como uma única massa de grandes proporções. Ou seja, “as massas, tomadas como múltiplas no interior de um todo maior, podem ter condição de individualização, tanto ou mais do que de dissolução da personalidade. Esta ocorre, como vimos, no indivíduo isolado”. (Cohn, 2014, p. 38).

Após uma explicação teórica acerca dos termos turismo e massa, na qual já mencionei no capítulo 1, podemos então entender que a ênfase nessa construção híbrida não está na noção do fenômeno "turismo", mas sim no fenômeno "massa". Busca-se, então, analisar os contextos históricos-sociais que ligam esses dois termos.

Para Cohn (2014, p. 30) a consolidação do termo “massa” correlato a multidão, deu-se no final do século XIX, especialmente na França. Retorno aqui a Boyer no qual se refere ao mesmo contexto histórico ao reportar o surgimento do

termo turismo de massa. Krippendorf ao utilizar a categoria massa em diversos trechos do livro também refere-se a multidão.

Assim, para Krippendorf, foram com os avanços sociais e tecnológicos, a partir dos anos 60, que o turismo se desenvolveu de forma desenfreada. As pessoas começavam a se deslocar em busca de novas experiências. “Foi o progresso científico e técnico [...] pôs em marcha a industrialização da economia, abriu a porta à produção de massa e à troca de bens a nível mundial [...] e os impulsionou cada vez mais longe”. (KRIPPENDORF, 1989, p. 31).

Nesse mesmo contexto Urry (1999) diz que a principal característica do turismo de massa nas sociedades modernas é que o sujeito turista viajará para algum lugar com a finalidade de contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho. E reafirma: “A viagem é a marca do status. É um elemento crucial, na vida moderna, sentir que a viagem e as férias são necessárias”. (URRY, 1999, p. 20).

Os meios de comunicação se encarregam de criar novas necessidades e desejos. Assim, para Adorno (2002, p. 11) “os produtos da indústria cultural podem estar certos de serem jovialmente consumidos, mesmo em estado de distração”. Ou seja, o perfil dominante dos meios de comunicação, veicula a ideia de um poder absoluto da indústria do consumo: controle e manipulação da opinião, uniformização dos pensamentos e dos gostos e atomização social. Temos, então, o responsável por todos os males do turismo contemporâneo: a indústria cultural. Não proponho um debate sobre a influência que a indústria cultural possui nas práticas turísticas, isso é incontestável, a discussão que proponho é sobre a recepção do sujeito enquanto turista de massa, suas experiências e expectativas não podem ser minimizadas e não são padronizadas.

O turismo de massa torna-se possível, na concepção de Krippendorf, após uma aceitação geral da visão que sair de férias era uma forma de fuga e constituía a base da renovação pessoal. As férias passaram a ser uma marca de status, um direito ao prazer. E, em torno desse direito, que abrange várias conquistas sociais, desenvolveu-se nos destinos turísticos uma ampla infraestrutura que proporcionava serviços especializados voltados para o usufruto do tempo de lazer, que o autor

denuncia ser prejudicial as comunidades locais, pois, não houve e não há controle sobre essas transformações por parte dos autóctones.

Bourdieu (1994, p. 17) diz que o *habitus* se apresenta como social e individual, ou seja, a um grupo ou a uma classe, mas também ao elemento individual.

A figura 8 do outdoor apresenta o clichê: praia, sol, mar no intuito de despertar desejos, a mulher de biquíni como objeto desse desejo, despertando a necessidade de fuga de um lugar de clima frio e com chuva. “A mistificação não está portanto no fato de a indústria cultural manipular as distrações, mas sim em que ela estraga o prazer, permanecendo voluntariamente ligada aos clichês ideológicos da cultura em vias de liquidação”. (ADORNO, 2002, p. 23).

Figura 8 - As motivações de viagens



Fonte: Krippendorf, 1989, p.54.

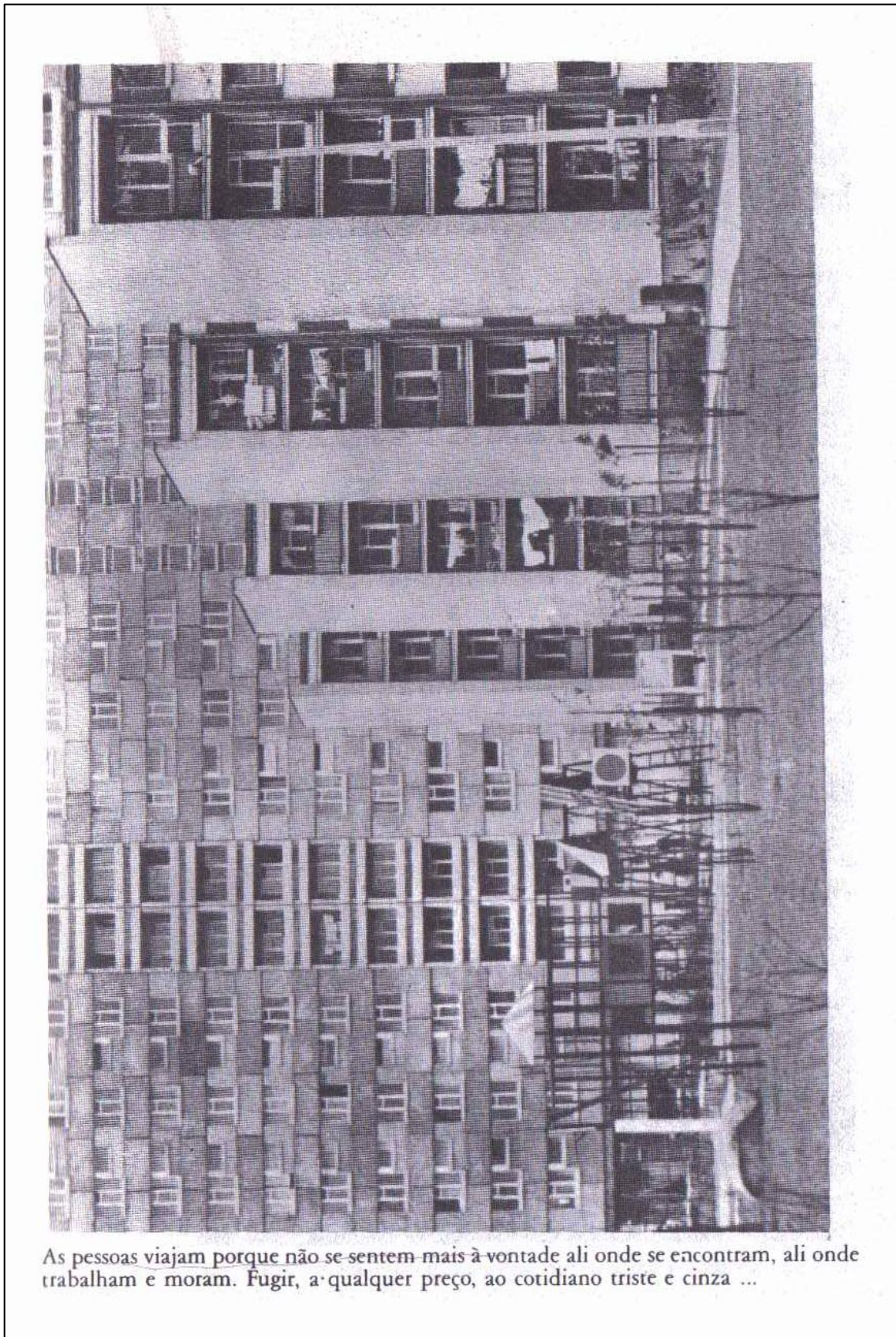
A figura 9 abaixo demonstra uma realidade típica europeia, cidades com a arquitetura monocromática, clima frio e flora acinzentada, as pessoas de enclausuram em suas casas, ambiente propício para despertar o tédio.

Assim, contextualiza Krippendorf (1989, p. 16):

O trabalho é cada vez mais mecanizado, compartimentado e determinado fora da esfera de sua vontade. Sentem em seu âmago a monotonia do cotidiano, a fria racionalidade das fábricas, dos escritórios, dos imóveis residenciais e da infraestrutura rodoviária, o empobrecimento das relações humanas, a repressão dos sentimentos, a degradação da natureza, e a perda do natural. Para um grande número de pessoas, essas realidades constituem as grandes deficiências do cotidiano, onde a existência parece reduzida à expressão mais simples. Elas geram o stress, o esgotamento físico e psíquico, o vazio interior e o tédio.

No entanto, esclarece que este consumismo não é necessariamente materialista. Este pode ser simplesmente a busca de vivenciar uma realidade. O autor salienta que numa sociedade marcada pela exploração máxima do trabalho e pela instituição do lazer controlado, o turismo em grande escala será uma conquista do trabalhador.

Figura 9 - O turismo como fuga do cotidiano



Fonte: Krippendorf, 1989, p.55.

O autor relaciona o termo cotidiano como algo negativo, ruim, necessita-se de um refúgio. A necessidade de viajar é sobretudo criada pela sociedade, ou seja, a moradia e o trabalho tornam-se um fardo, o sujeito sente uma necessidade temporária de partir, para se recompor e estar em condições de retomá-lo quando regressar. O trabalho é cada vez mais industrializado, o ser humano mais racional e as relações humanas estão friamente mediadas, por algum aparato tecnológico, essas realidades constituem as grandes deficiências do cotidiano, onde a existência parece reduzida à expressão mais simples. Nesse sentido, compreende-se como fuga, não apenas no sentido gramatical, mas como fuga da terrível realidade, fuga do último pensamento de resistência que a realidade ainda pode ter deixado. “Divertir-se significa concordar [...] significa sempre: não ter de pensar, esquecer a dor, inclusive quando ela é mostrada”. (WOLF, 2008, p. 77).

A figura 10 ilustra o ser humano em seu trabalho, algo sem humanização, mecanizado, uma relação homem-máquina. O trabalho humano tornou-se uma mercadoria. “Marx diz que não é o trabalho enquanto tal que é vendido mas a força de trabalho, isto é, as capacidades físicas e mentais do homem de utilizar instrumentos e máquinas para produzir mercadorias”. (NOBRE, p.26). O que acarreta a necessidade de reposição esse cansaço pelo lazer em movimento, o turismo.

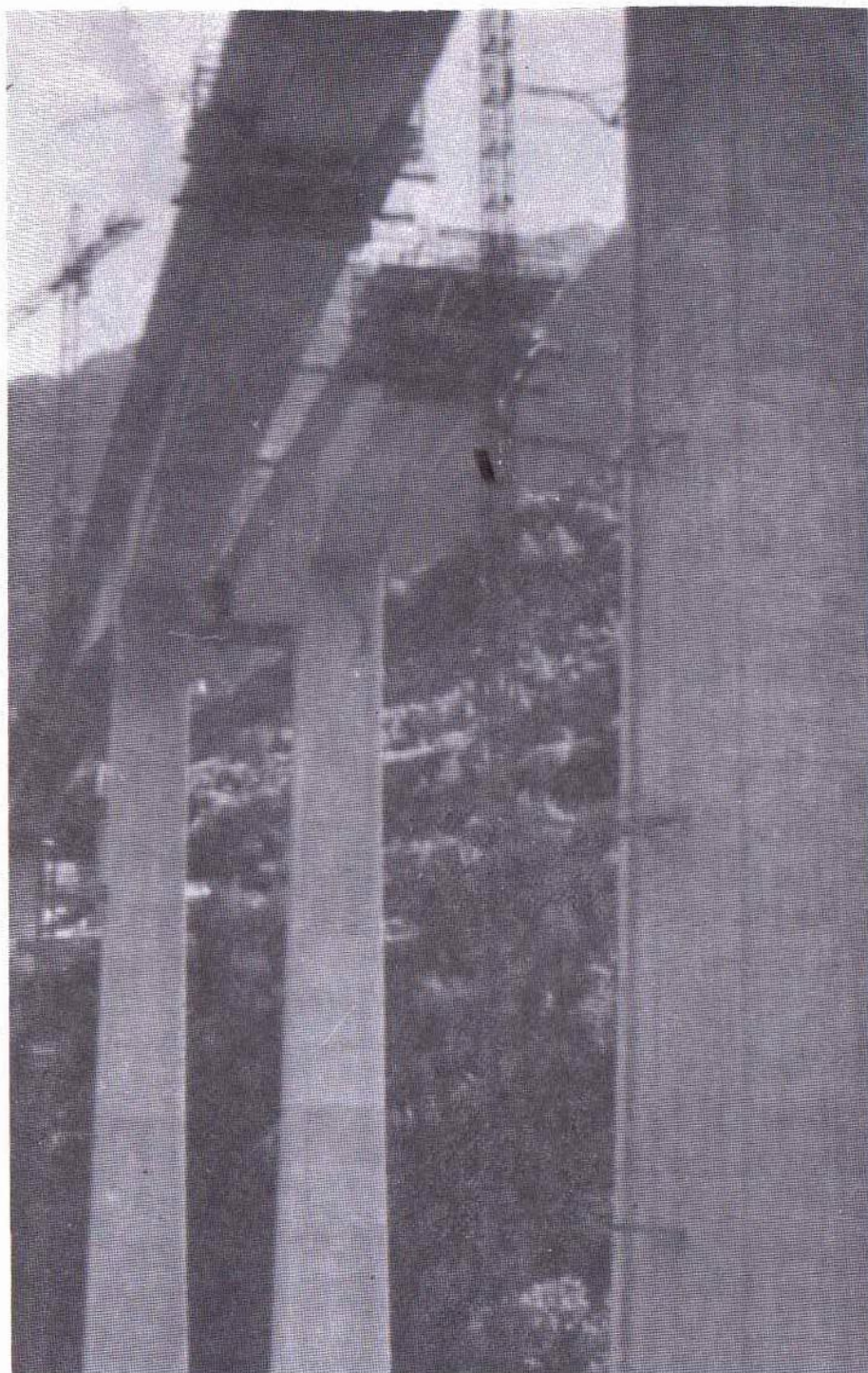
Figura 10 - O turismo como fuga do cotidiano



Horkheimer e Adorno (1947, *apud*, WOLF, 2008) ressaltam que apesar dos indivíduos acreditarem que, no período em que não trabalham, estão fora dos mecanismos da indústria cultural, na realidade a mecanização determina até o que deve-se fazer nas horas de lazer, que o que se consome são apenas cópias e reproduções do próprio processo de trabalho. “O suposto conteúdo não passa de uma pálida fachada; o que se imprime é a sucessão automática de operações reguladas. Só se consegue escapar do processo de trabalho na fábrica ou no escritório adequando-se a ele no ócio”. (HORKHEIMER; ADORNO, 1947, *apud*, WOLF, 2008, p. 77).

A figura 11 demonstra a passagem do cotidiano para o anticotidiano, a ponte que transporta o trabalho para a liberdade nos deixa uma falsa sensação de alívio.

Figura 11 - As motivações de viagens



Infra-estruturas necessárias à evasão. Pontes lançadas entre a cidade e o campo, o cotidiano e o anticotidiano, o trabalho e a liberdade.

Fonte: Krippendorf, 1989, p.57.

Além destas motivações de fuga do cotidiano, as conquistas sociais também foram um forte avanço para o deslocamento do ser humano. Mas, antes de tudo, a indústria desenvolveu, em nosso benefício, veículos que verdadeiramente puseram em marcha a sociedade, como o automóvel. Boyer (2003, p. 10) diz que o auge do turismo de massa foi o automóvel popular, “o pequeno rei do turismo de massa”, ressalta o autor. Neste contexto, Krippendorf reafirma que os termos massa-multidão são intercambiáveis, “o grande êxodo das massas que caracteriza a nossa época é consequência das condições geradas pelo desenvolvimento da nossa sociedade industrial”. (KRIPPENDORF, 1989, p.17).

Para Boyer na prática nada mudou a não ser a quantidade de turistas. Os problemas atuais perante o desenvolvimento desenfreado “consiste em transportar estas massas, alojá-las, regularizar o seu fluxo, chamar a atenção, despertar o seu desejo, mas não em renovar o turismo.” (BOYER, 2003, p.62).

Figura 12 - As motivações de viagens



Então, partem, tomando os modernos caminhos da migração. Congestão das reivindicações para o prazer da vida. A automobilidade se auto-anula. A psicologia dos "engarrafados": um novo campo de estudos.

Na crítica de Krippendorf o turismo é uma compensação para tudo o que nos falta no cotidiano. Segundo tais críticas, o sujeito viaja no intuito de libertar-se da dependência social e para desfrutar da independência e da livre disposição do próprio ser. Onde o turismo proporciona apenas entretenimento e transforma a cultura numa encenação esvaziada de sentidos. “Durante a escapada, consumimos o clima, a natureza e a paisagem, a cultura e os seres humanos das regiões visitadas, que transmutamos em ‘espaços terapêuticos’”. (KRIPPENDORF, 1989, p.18).

Nesse sentido, Adorno e Horkheimer (1985, p. 14) destacam que:

O aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere por outro lado ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo vê-se completamente anulado em face dos poderes econômicos. Ao mesmo tempo, estes elevam o poder da sociedade sobre a natureza a um nível jamais imaginado. Desaparecendo diante do aparelho a que serve, o indivíduo vê-se, ao mesmo tempo, melhor do que nunca provido por ele. Numa situação injusta, a impotência e a dirigibilidade da massa aumentam com a quantidade de bens a ela destinados. A elevação do padrão de vida das classes inferiores, materialmente considerável e socialmente lastimável, reflete-se na difusão hipócrita do espírito. Sua verdadeira aspiração é a negação da reificação. Mas ele necessariamente se esvai quando se vê concretizado em um bem cultural e distribuído para fins de consumo.

O turismo cada vez mais se assemelha a uma fuga em massa face às realidades cotidianas, em direção ao reino imaginário da liberdade. O ser humano evita encarar a realidade desenvolvendo a tendência para a fuga. Esta fuga para o exterior poderia exprimir igualmente a fuga do indivíduo face a si mesmo. No entanto, não podemos transportar para o turismo as carências individualizadas que o sujeito sente na vida cotidiana. Se formos apenas analisar nesses termos, o comportamento do sujeito turista acaba sendo reduzido a uma fuga desesperada da realidade, influenciado por um comportamento socialmente organizado e sistematizado pela indústria do entretenimento.

O recuo para dentro de si, o empobrecimento dos contatos humanos e o sedentarismo (mental e físico) são outras questões-chave para análise de Krippendorf, citada na página 39. Para Adorno (2002, p. 06): “a racionalidade técnica

hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se auto aliena”.

É assim que Krippendorf chama a atenção para o caráter estandardizado e alienado da prática turística, que se iniciou na década de 60. De acordo com ele, a viagem como experiência autêntica foi suplantada por essa nova modalidade de deslocamento, que se caracteriza pela passividade e pelo controle. O turismo, com seus pacotes pré-programados, com suas visitas orientadas e com seus passeios por ambientes projetados, visando atender demandas massificadas de lazer, expressa a essência da artificialidade que fundamenta a sociedade ocidental do final do século XX.

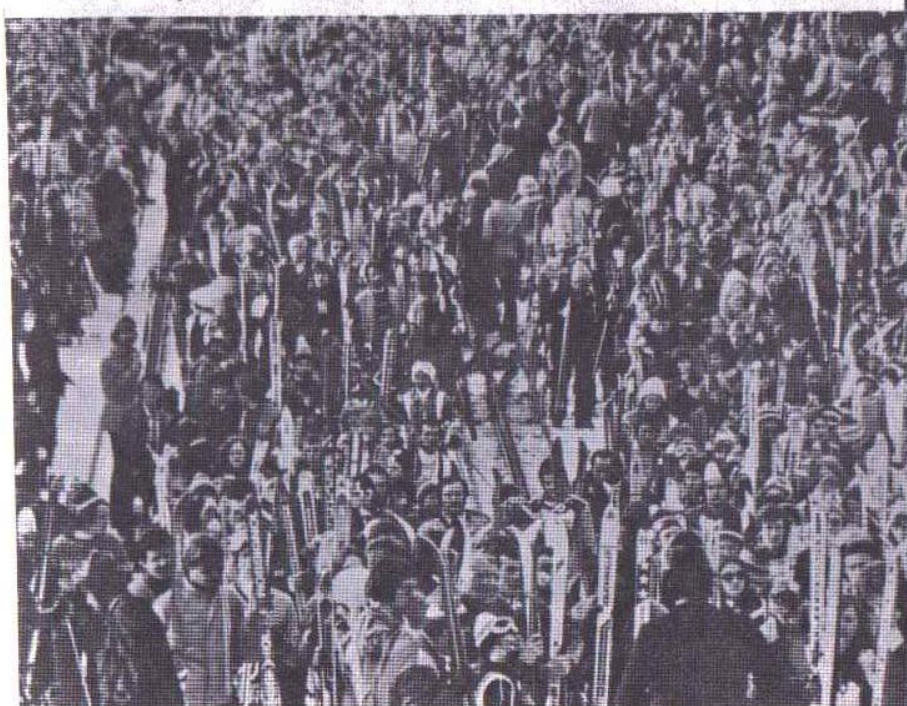
Enfim, necessitamos dessa sensação de liberdade, para enfrentarmos o cotidiano. E é nesse sentido que o ser humano parte em busca de sensações e experiências.

Para os autores Antiseri e Reale (2006), o divertimento e o lazer não são mais sinônimo de recreação e liberdade. Pois, o indivíduo se submete os horários de divertimento impostos e fixados pela indústria cultural, como também submete-se às regras do "tempo livre", que é tempo programado pela indústria cultural. "A apoteose do tipo médio pertence ao culto daquilo que é barato". Desse modo, a indústria cultural não vincula propriamente uma ideologia: ela própria é ideologia, a ideologia da aceitação dos fins estabelecidos por "outros", isto é, pelo sistema." (ANTISERI; REALE, 2006, p. 474).

Figura 13 - As motivações de viagens



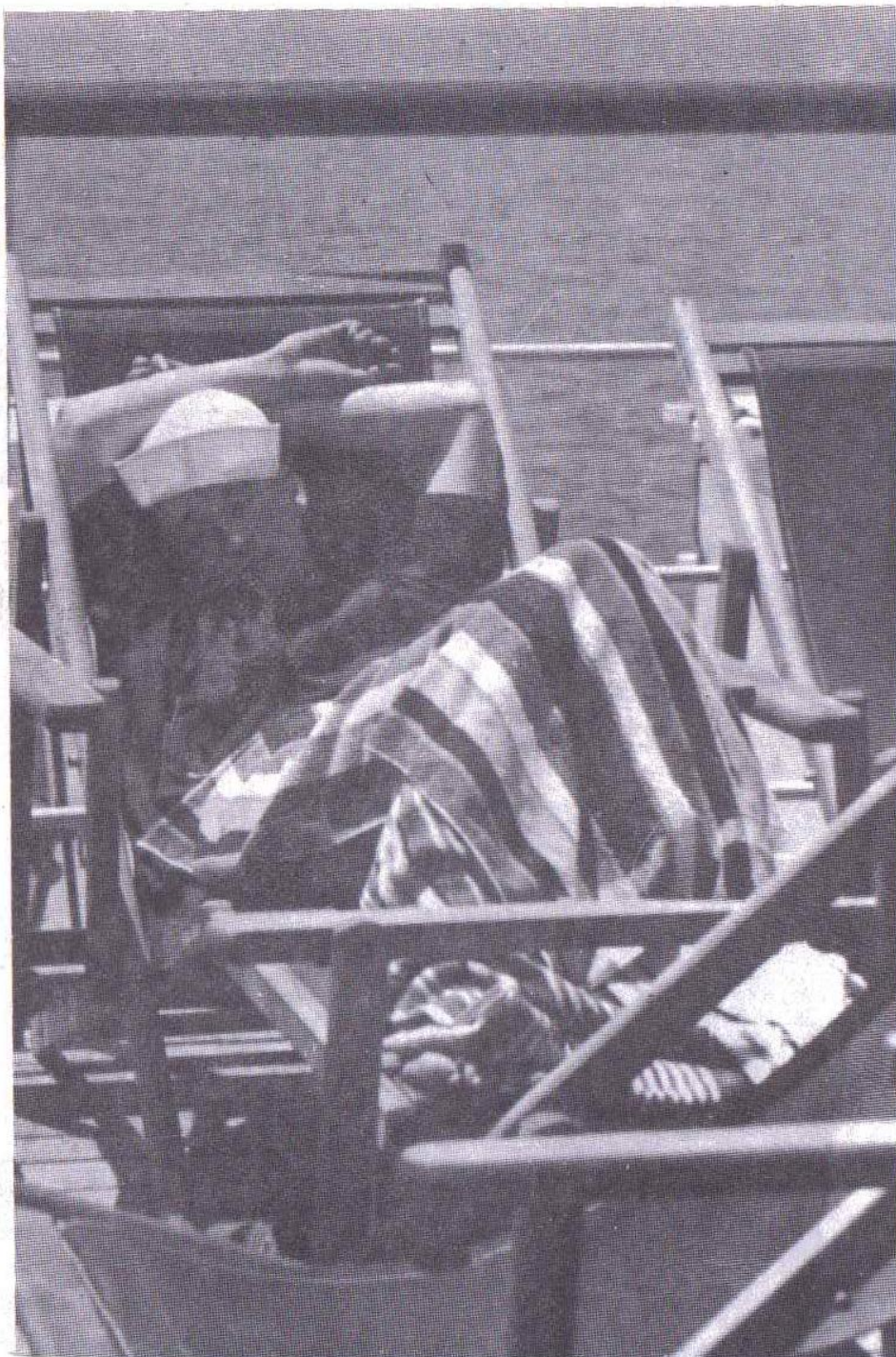
As regiões de veraneio atuam como espaços terapêuticos para as massas. Mal ficam prontas, já transbordam de pessoas — os guindastes não param nunca. Aqui a terapia "sol e areia".



... e aqui a terapia "neve e esqui". A intensidade do repouso é inversamente proporcional ao número dos que o procuram.

A figura 14 demonstra apenas um lado que a indústria cultural pretende apresentar aos consumidores. O turismo relacionado a status, bem estar e tranquilidade. A publicidade visa orientar o consumidor da sua “liberdade de escolha” – ele acredita que possui esta liberdade - e que as mercadorias vendem estilos de vida. Debord (1997, p. 35) acredita que “o espetáculo é o capital a um tal grau de acumulação que se toma imagem”, ou seja, para o autor no espetáculo da imagem da economia dominante, “o fim não é nada, o desenvolvimento é tudo”. Quanto mais sua vida se transforma em mercadoria, mais o indivíduo se separa dela. Nesse sentido, o sujeito segue uma rotina pré-determinada pelo seu estilo de vida, no intuito de se tornar cada vez mais bem sucedido, mais livre, mais feliz, mas nunca alcança a satisfação plena e duradoura, sempre surgirá outra necessidade. E, retomando a visão de Adorno e Horkheimer (1985) o consumidor se tornou um mero receptor das mensagens elaboradas pela indústria cultural.

Figura 14 - O comportamento e as experiências vividas nas viagens



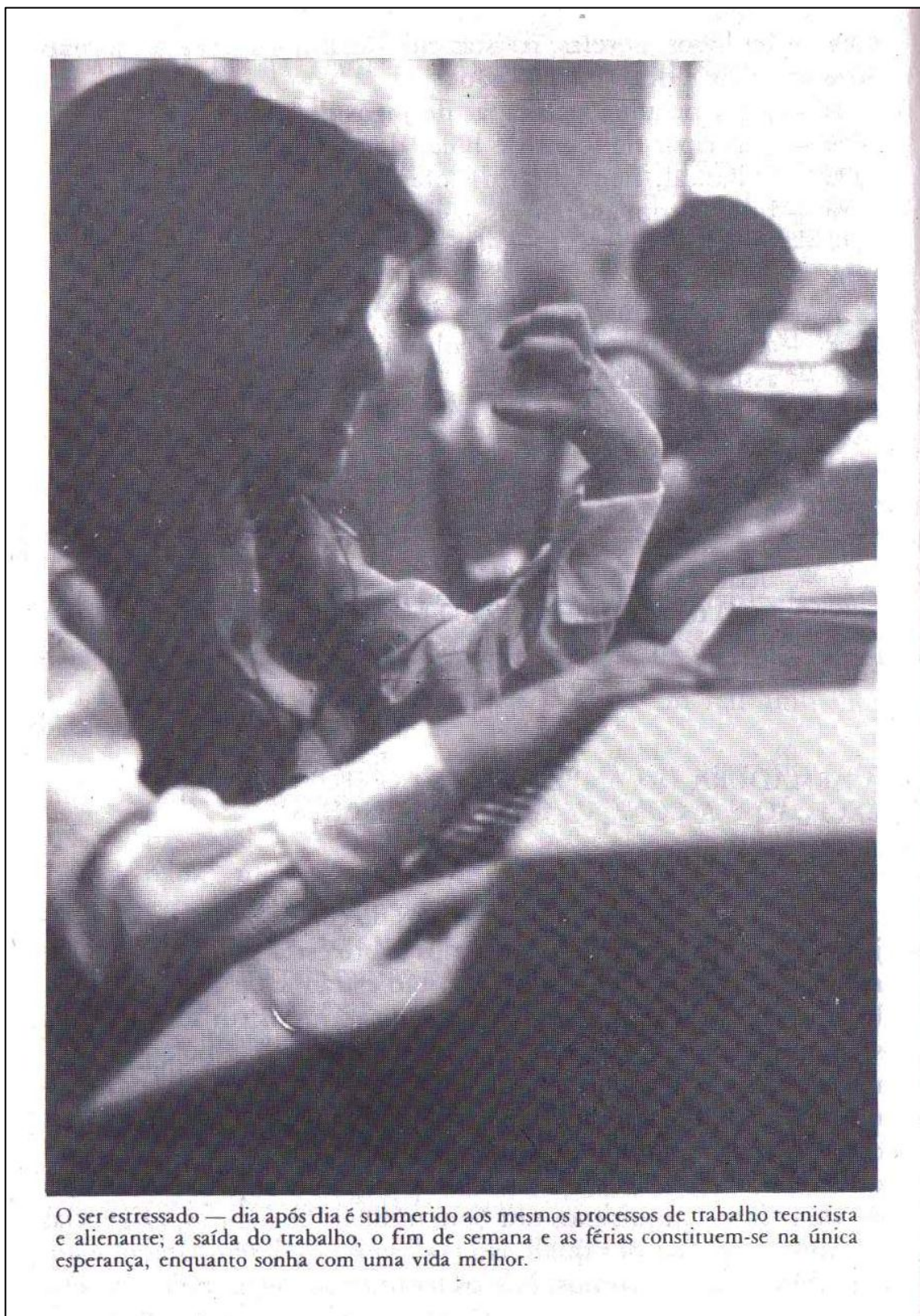
O homem bem vestido. As pessoas viajam para recarregar as baterias, para consumir a tranquilidade, o clima, a paisagem e as civilizações estrangeiras; a seguir, voltam para enfrentar o cotidiano durante um certo período. O turismo, gigantesca máquina de reconstituição.

Na figura 15 temos a imagem do trabalho como algo ruim, alienante. O ser humano sente a necessidade de relaxamento, diversão, lazer e de um ambiente lúdico. Para o autor a situação torna-se favorável aos promotores de turismo e a indústria do lazer. “A necessidade de relaxamento é comercializada e transformada em viagens de todas as espécies, de acordo com as regras de arte do marketing”. (Krippendorf, 1989, p. 44).

De acordo Bourdieu a noção de *habitus* permite aos indivíduos se orientarem em seu espaço social e adotarem praticas que estão de acordo com sua vinculação social, ou seja, reconhecer a homogeneidade dos *habitus* de classe não implicaria negar as diversidades. Os membros de uma mesma classe agem frequentemente de maneira semelhante sem ter necessidade de entrar em acordo para isso. (CUCHE, 1999).

Dentro desta perspectiva voltada ao turismo entende-se que o *habitus* produz estilos de vida, o que justifica que turistas desejem lugares turísticos diferentes uns dos outros, “uma vez que todo ator age no interior de um campo socialmente predeterminado”. (BOURDIEU, 1994, p. 19).

Figura 15 - O comportamento e as experiências vividas nas viagens



Fonte: Krippendorf, 1989, p.66.

A indústria do lazer com promessas e divulgações motivam a fuga ao divulgar as imagens paradisíacas dos destinos turísticos aos potenciais turistas. O objetivo é proporcionar o sentimento de afastamento e ruptura das rotinas e práticas pré-estabelecidas pelo cotidiano, assim, os sentidos são estimulados para um contraste, ou seja, o anticotidiano.

Adorno (2002, p. 06) explica o a utilidade do uso dos clichês na publicidade:

Os clichês seriam causados pelas necessidades dos consumidores: por isso seriam aceitos sem oposição. Na realidade, é por causa desse círculo de manipulações e necessidades derivadas que a unidade do sistema torna-se cada vez mais impermeável. O que não se diz é que o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade encarna o próprio poder dos economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade.

Neste sentido, os clichês citados e ilustrados por Krippendorf, no intuito de despertar desejos e necessidades, são: “oceano de um azul profundo; Areia branca; Pôr-do-sol; Palmeiras e Coqueiros; Belos turistas bronzeados e felizes; Aldeias pitorescas nas montanhas; Piscina reluzente; Neves eternas; Paisagens intactas; Pistas de esqui; Buffets ricamente guarnecidos; Famílias unidas e radiantes; Vida noturna com luzes, cores e diversão”. (Krippendorf, 1989, p. 47).

A figura 16 apresenta os clichês utilizados nas publicidades como forma de sedução.

Figura 16 - A armadura do ambiente, os comportamentos de exceção e a confirmação dos clichês

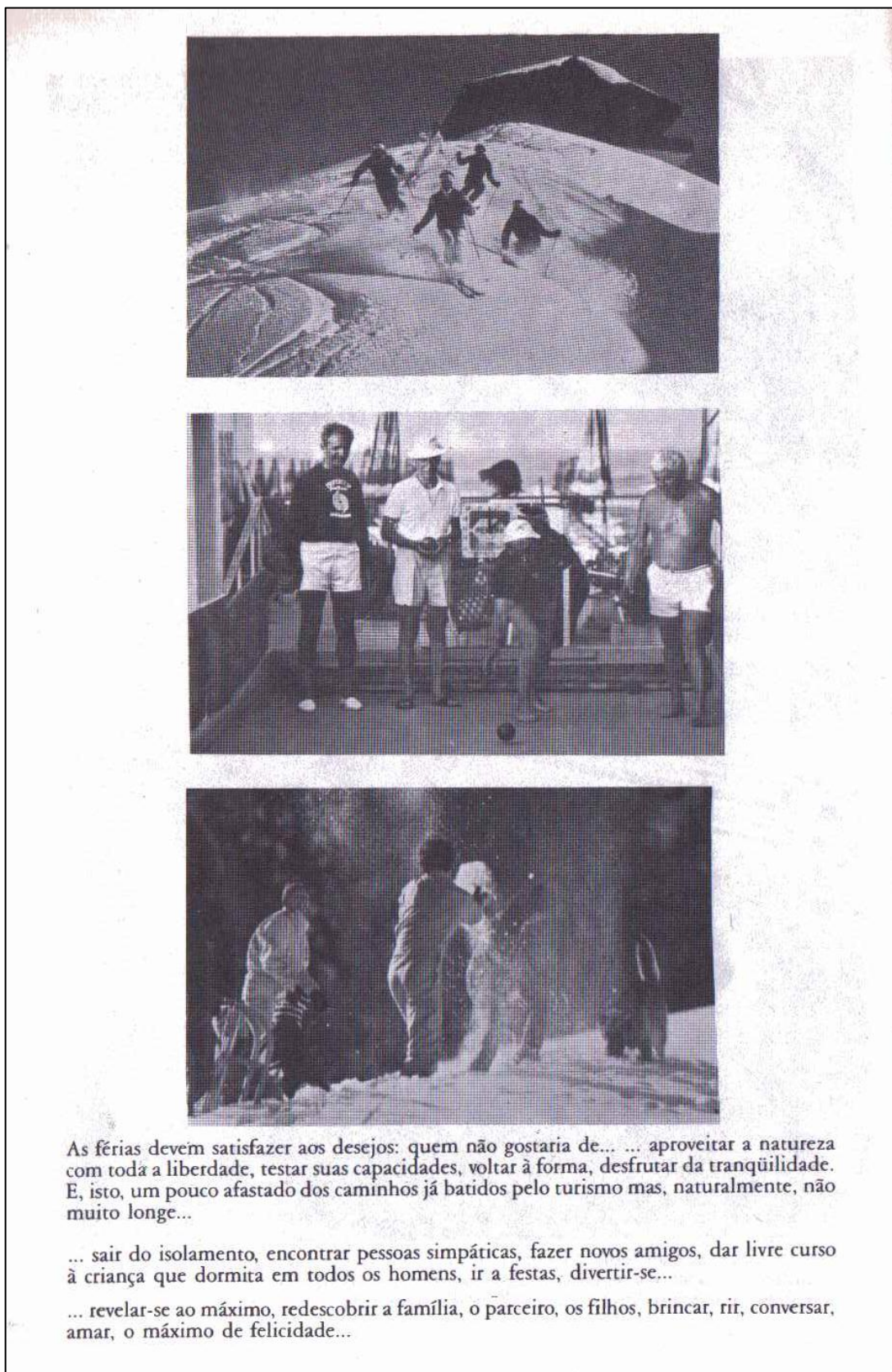


Fonte: Krippendorf, 1989, p.67.

O prazer e a felicidade do turista não passariam de uma falsa promessa de felicidade vendida pela “indústria do turismo”, trata-se, antes de mais nada, de imagens e sonhos pré-fabricados pela publicidade, na medida em que a indústria do turismo construiria seu domínio no ser humano, através das falsas promessas contidas nos estilos de vida controlados pela indústria cultural. Durante a viagem e desejamos que tais promessas sejam cumpridas, mesmo que, em geral, representam meramente clichês e não reflitam nem parte, ou nada, da realidade das localidades.

Assim, podemos analisar a figura 17.

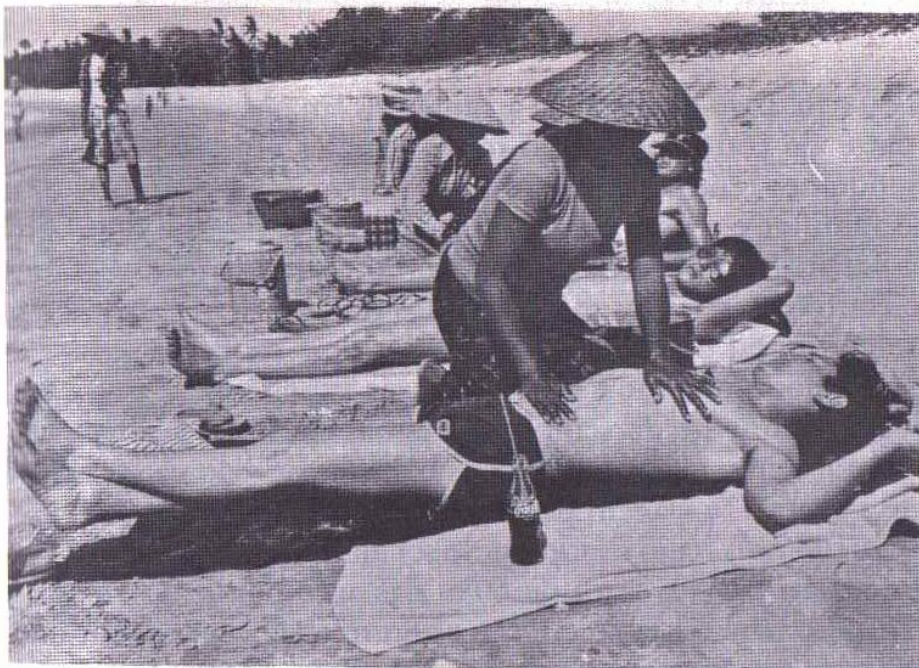
Figura 17 - O comportamento e as experiências vividas nas viagens



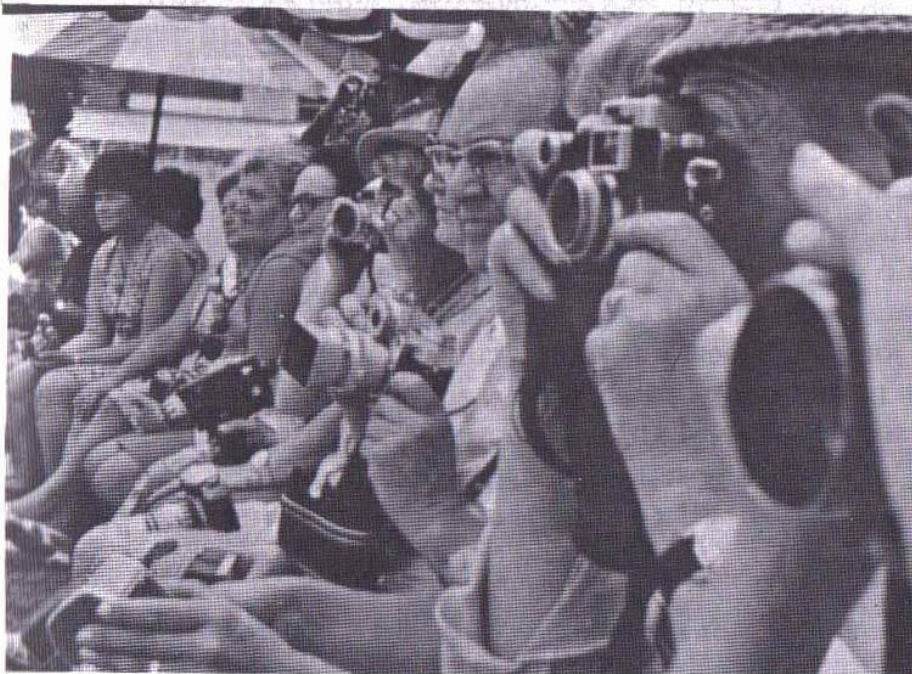
Bourdieu (1994, p. 17) diz que o *habitus* se apresenta como social e individual, ou seja, a um grupo ou a uma classe, mas também ao elemento individual.

Krippendorf cita alguns comportamentos do sujeito enquanto turista no qual podemos interpretar como consequência das outras motivações comportamentais já mencionadas acima, como: a motivação egocêntrica do turista “Longe de casa, o turista se despe de certas normas e pouco importa o que os outros vão pensar”; alguns viajantes, também, se julgam como pessoas especiais e agem assim, o autor ressalta que se pensarmos em uma escala de massa, a consequência deste comportamento inconsequente e egoísta pode ser catastrófico à destinação, seus habitantes e a própria dinâmica da viagem. Comportamento refletido pela figura 18.

Figura 18 - A armadura do ambiente, os comportamentos de exceção e a confirmação dos clichês



Nas férias, longe de casa, sou um ser de exceção, que por vezes se permite coisas que jamais faria no próprio ambiente. Brincar de pachá durante alguns dias, dar ordens, fazer-se mimar, não ter nenhuma deferência. Pouco importa o que os outros vão pensar. Eu paguei! Aliás, amanhã já terei partido.



O clichê do turista. Seria difícil encontrar uma raça mais ridicularizada e desprezada do que a dos turistas. E, é claro, os turistas são sempre os outros.

Para Krippendorf sair de férias constituía a base da renovação pessoal. As férias passaram a ser uma marca de status e cidadania, um direito ao prazer. Em torno desse direito que começaram as especulações, no qual o autor denomina de confisco estrangeiro, e o desenvolvimento desordenado com uma ampla infraestrutura que proporcionava serviços especializados, sobretudo os balneários e os guetos, modificando a paisagem sem pensar nas consequências futuras, ou seja, nos custos sociais do turismo, que alteram as características da localidade, a monocultura turística cria dependência dos turistas, as mudanças sobre a sociedade nativa (desejo de adotar hábitos dos turistas), a influência sobre os costumes e as tradições (atentados contra a vida familiar local), dentre outras.

As férias em guetos no qual propõe o autor pode contribuir na visão da indústria cultural na divisão de classes, ou seja, de práticas e atitudes correspondentes a uma dada posição social. A ideia de sistemas simbólicos – constituídos em campos, produzindo e reproduzindo *habitus* – teria nos discursos os seus campos de força, embora a força de comunicação destes mesmo discursos “nunca está inteiramente no discurso, nem mesmo nas relações de comunicação; uma verdadeira ciência do discurso deve buscá-la no discurso mas também fora dele, nas condições sociais de produção e de reprodução dos produtores e receptores e da relação entre eles [...]” (BOURDIEU, 1983, p. 162).

Neste sentido, para Krippendorf o turismo em guetos formam reservas artificiais, construídas sob medida para um grupo de consumidor específico. O autor explica que compreende o turismo em guetos compreende aos novos complexos hoteleiros, parques e loteamentos de férias, que entram na logística de desenvolvimento desenfreado e confisco estrangeiro. A figura 18 apresenta os depoimentos de pessoas que se sentem satisfeitas em estar de férias dentro de Gueto, pois, não preocupam com a vida fora do complexo turístico, a comunidade local está representada no máximo pelos trabalhadores das grandes empresas estrangeiras. Em alemão o slogan “*Club Aldiana. Wo die Glücklichen Urlaub machen*”, convida o turista para um feriado de sorte no Club Aldiana.

Descrição das falas da figura 19 - esquerda para direita:

Fala 1 – “Eu adoro o mar e gostaria de, pelo menos uma vez, ter 5 km de praia só para mim. O que encontrei em Aldiana? 15 km de praia – onde, para minha grande satisfação, não estou sozinha”.

Fala 2 – “Sobretudo, não me perguntem quantas vezes já bebi do meu copo, hoje, enquanto pratico esqui aquático. É melhor que me perguntem como consegui ser campeão do Club em gamão e tiro aos pombos de argila”.

Fala 3 – “Adoro o ambiente alegre e descontraído do Club. Alegro-me com antecedência, 335 dias por ano. No dia seguinte da minha volta já estou com saudades de Aldiana”.

Fala 4 – “*Moi avoir appris parler français au Club. Et aussi service express*”. “Eu aprendi a falar francês Club. E também serviço expresso”.

Fala 5 – “Férias incríveis, entre os membros maravilhosos do Club! Só fica sozinho quem quer: temos jogos, excursões... e principalmente a discoteca, à noite!”.

Fala 6 – “No Club, tenho enfim a possibilidade de me dedicar integralmente à prancha à vela: os profissionais têm todas as pranchas que quiserem à sua disposição e os iniciantes, uma boa escola. À noite faço *surf na boil*...”

Fala 7 – “Por que sempre volto ao Club Aldiana? Porque, há dois anos, descobri por acaso essa comunidade de pessoas felizes. E a felicidade é contagiosa”.

Fala 8 – “Finalmente, posso me dedicar ao mergulho sem precisar prestar atenção às pernas que passam por cima de mim. E quando venho à superfície, quero passear de barco à vela, andar a cavalo, dançar e me divertir”.

Fala 9 – “Em casa não tenho tempo para me ocupar da forma. Mas, no Club! Fico o tempo todo em movimento, divirto-me como um louco, recupero-me maravilhosamente e me sinto em plena forma”.

Fala 10 – “Como se sabe, gêmeas são inseparáveis. Mas, enquanto Daniela mergulha, eu jogo tênis. Aqui eu encontro as pessoas certas para jogar uma partida incrível!”.

Fala 11 – “Já lhe aconteceu de cavalgar pela savana? Veja, é por isso que estou aqui. E, também, porque o restaurante do Club é realmente de primeira qualidade”.

Fala 12 – “Aldiana também tem um club para as crianças e a nossa pequena Cristina diverte-se tanto como nós, no club dos ‘grandes’. E temos um lindo bangalô à nossa disposição”.

Figura 19 - As férias em guetos e as viagens alternativas

Eu adoro o mar e gostaria de, pelo menos uma vez, ter 5 km de praia só para mim. O que encontrar em Aldiana? 15 km de praia onde, para minha grande satisfação, não estou sozinho.

Sobretudo, não me perguntem quantas vezes já bebi do meu copo poje, enquanto pratico esqui aquático. E melhor que me perguntem como consegui ser campeão do Club em gamão e tiro aos pombos de argila.

Adoro o ambiente alegre e descontraído do Club. Alegro-me com antecedência, 335 dias por ano. No dia seguinte da minha volta já estou com saudades de Aldiana.

...*Moi avoiz appriz parler français au Club. Et aussi service express.*

Férias incríveis, entre os membros maravilhosos do Club! Só fica sozinho quem quer: temos jogos, excursões, e principalmente a discoteca, à noite!

No Club, tenho enfim a possibilidade de me dedicar integralmente à prancha à vela: os profissionais têm todas as pranchas que quiserem à sua disposição.

Finalmente, posso me dedicar ao mergulho sem precisar prestar atenção às pernas que passam por cima de mim. E quando venho à superfície, quero passear de barco à vela, andar a cavalo, dançar e me divertir.

Em casa não tenho tempo para me ocupar da forma. Mas, no Club! Fico o tempo todo em movimento, divorto-me como um louco, recupero-me maravilhosamente e me sinto em plena forma.

Como se sabe, gêmeas são inseparáveis. Mas, enquanto Daniela mergulha, eu jogo tênis. Aqui eu encontro as pessoas certas para jogar uma partida incrível!

Já lhe aconteceu de cavalgar pela savana? Veja, é por isso que estou aqui. E, também, porque o restaurante do Club é realmente de primeira qualidade.

Aldiana também tem um club para as crianças e a nossa pequena Cristina diverte-se tanto como nós, no club dos "grandes". E temos um lindo bangalô à nossa disposição.

Club Aldiana. Wo die Glücklichen Urlaub machen.

Club Aldiana

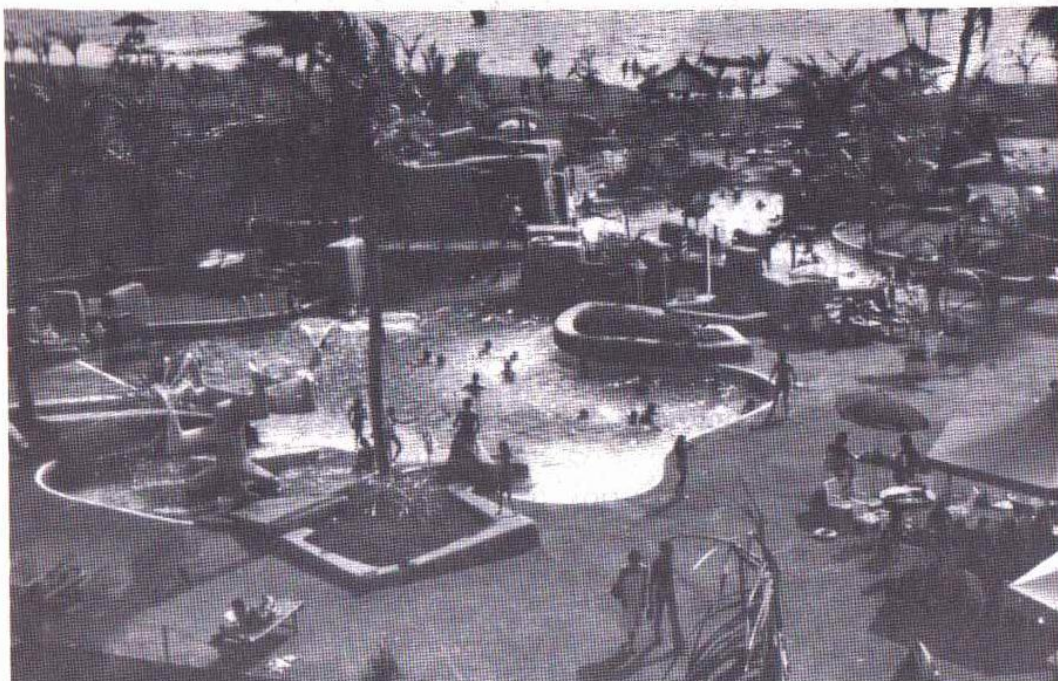
Fonte: Krippendorf, 1989, p.78 e 79.

A produção simbólica, por sua vez, seria um microcosmo da luta simbólica entre classes e, quando, e se alcançada a sua autonomização, passaria a se constituir como um campo, ou seja, um campo de produção como espaço social de relações objetivas. Krippendorf diz que os empreendimentos turísticos inseridos nas

comunidades mantem uma independência, sendo, inclusive, mais famosos que as localidades em que estão inseridos. Como, por exemplo, em qual município fica a Complexo Sauípe de Hotéis e Entretenimento? Não há necessidade de sair, pois lá dentro existe tudo o que o turista é incentivado a vivenciar/consumir. Adorno (2002, p. 40) relaciona todo esse poder de montagem da indústria cultural, a fabricação sintética e guiada dos seus produtos a adaptação a priori à propaganda.

Nesse contexto, entendo que a apropriação de práticas turísticas vendidas pela mídia é um processo social complexo, que envolve uma atividade contínua de interpretação e assimilação de características socialmente estruturadas de indivíduos e grupos particulares. Em comum, tais empreendimentos possuem a exclusividade, a diversidade de serviços, equipamentos e experiências ligadas às expectativas dos visitantes, a segurança e uma paisagem emprestada e paradisíaca. Não há necessidade de o turista ir até a comunidade, tudo está ali. A figura 19 demonstra a infraestrutura de um Club.

Figura 20 - As férias em guetos e as viagens alternativas



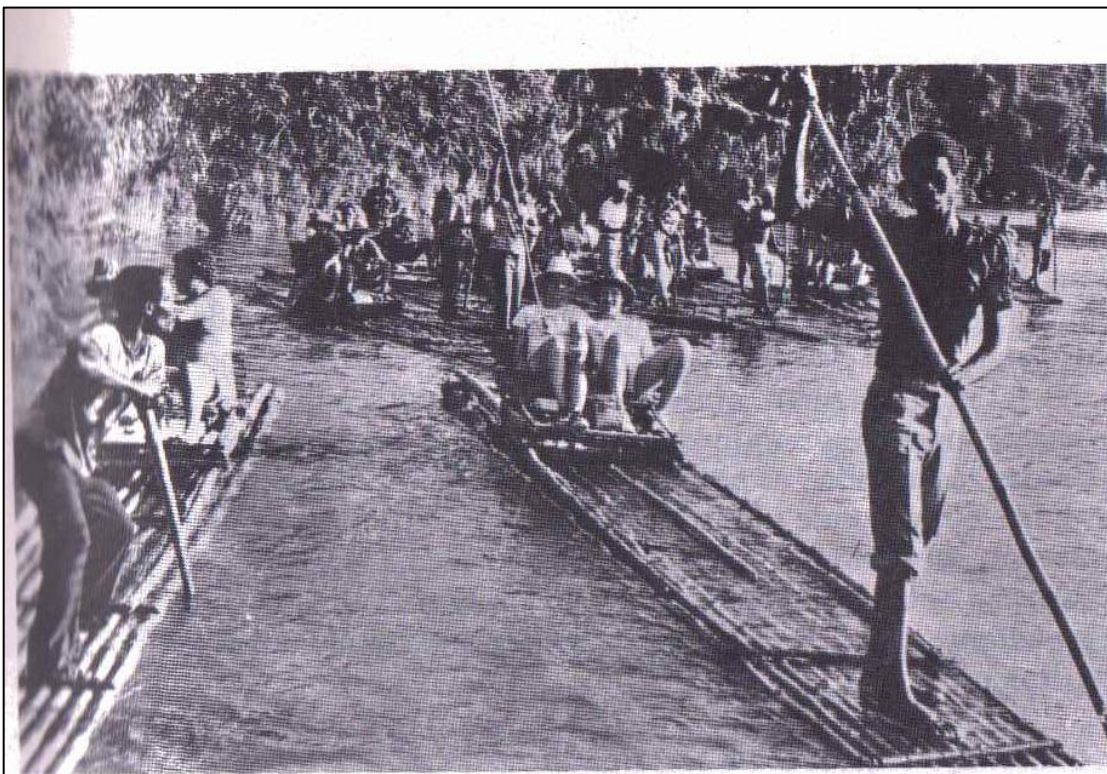
Clubes, instalações completas para as férias. Baseados em estudos profundos acerca das motivações do turismo, são concebidos como enclaves para as pessoas em férias. Diversão e repouso assegurados. Protegidos e desinfetados.



Os famosos bufês do Club: a grande ceia, prazer das férias. Empanturrar-se. Pouco importa que os outros tenham fome. Nas férias ninguém tem a consciência pesada.

Para o autor apesar do clichê do turismo alternativo ser o de desassociar do turismo de massa – multidão, é ele que abre caminhos para o crescimento do turismo. No início dos anos 70, começaram a aparecer os sinais devastadores como consequência desse desenvolvimento desenfreado. A sociedade do espetáculo, para Debord (1997, p. 169) é o lugar da separação do trabalho e da alienação das massas, assim, as consequências do turismo alternativo é “a tomada do meio ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver-se em sua lógica de dominação absoluta, refaz a totalidade do espaço como seu próprio cenário”. Na figura 21, os turistas alternativos fazem o papel de batedores do turismo de massa. Eles próprios se tornaram um mercado!

Figura 21 - As férias em guetos e as viagens alternativas



As viagens alternativas: descobrir regiões inexploradas na companhia tranquilizadora do grupo. A aventura a preço fixo, com banho quente à noite.



... ou então, partir sozinhos para a aventura. A pane no deserto vira um acontecimento. No ano que vem, com toda a certeza encontraremos neste local uma estrada, um hotel e, ao invés do jipe, um ônibus com ar condicionado.

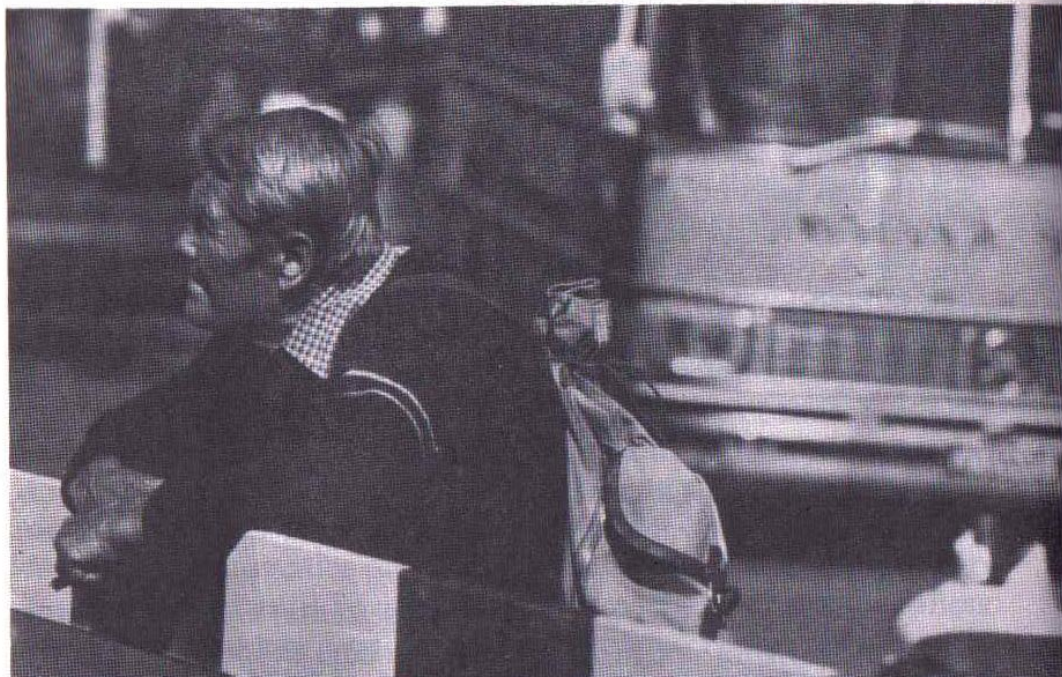
Krippendorf ressalta os impactos dos custos sociais do turismo como: a alteração das características da localidade; a monocultura turística cria dependência dos turistas; as mudanças sobre a sociedade nativa (desejo de adotar hábitos dos turistas); influencias sobre os costumes e tradições (atentados contra a vida familiar local) e o confisco estrangeiro (imposição das regras estrangeiras).

Para o autor "o turismo se tornou o primeiro instrumento da compreensão entre os povos", porém, não há uma relação entre os viajantes e os viajados. Para o autor esse encontro é artificial, e explica:

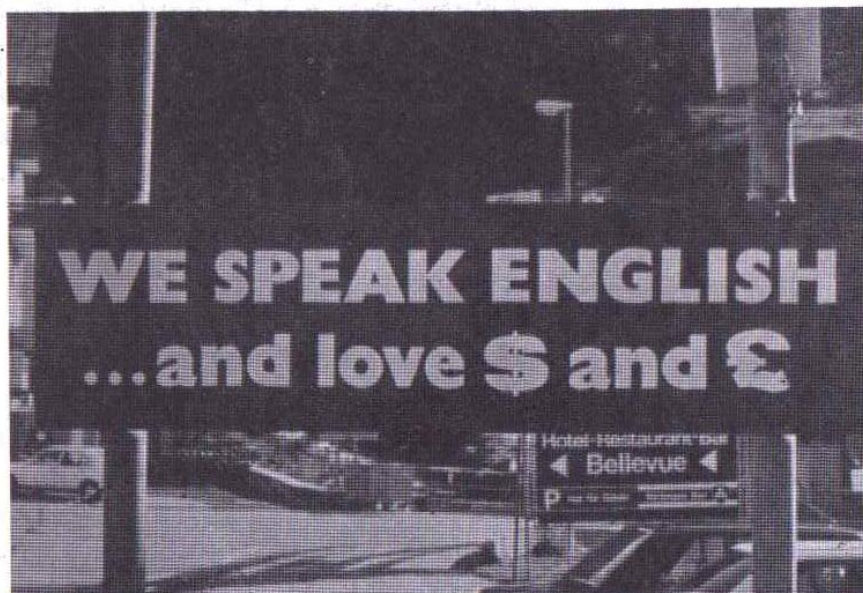
Neste caso, em que domina a motivação da fuga e do egocentrismo, onde a invasão das massas não pode ser dominada senão pela massificação dos serviços, em que o comércio, a agitação e o confisco estrangeiro reinam como senhores absolutos, em que os sentimentos de inferioridade e de superioridade podem nascer e em que as diferenças são muito grandes, é inevitável que o coração não participe e que qualquer tipo de encontro se torne impossível. Mesmo quando os cidadãos das nações industriais se dirigem às regiões turísticas de seu próprio país e podem, portanto, travar contatos em um nível social equivalente, raramente ocorre uma aproximação real. (KRIPPENDORF, 1989, p. 110).

E, nesse contexto de relações frágeis e de dominação que representa a figura 22.

Figura 22 - Os custos sociais para o turismo



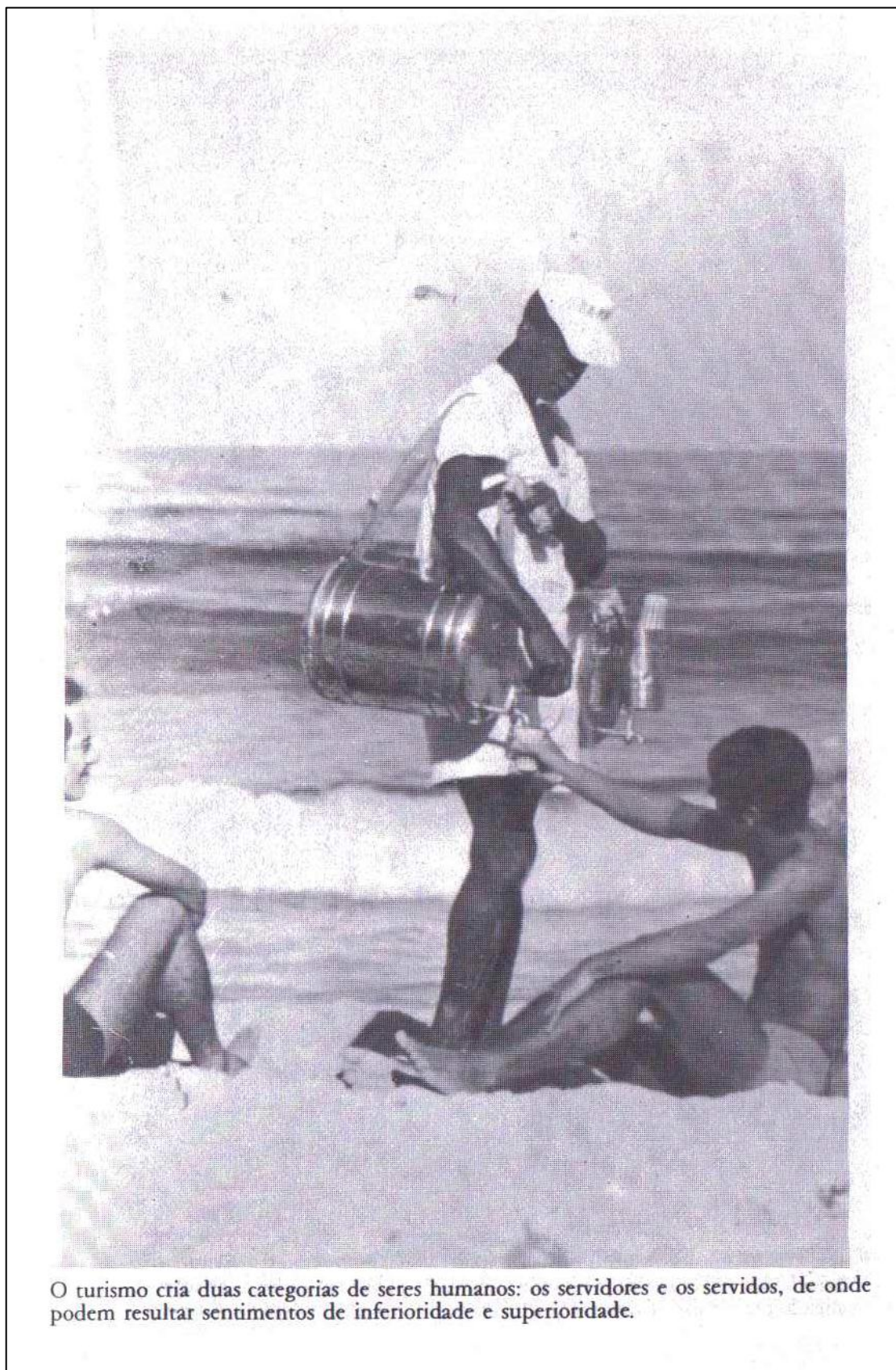
Em que estará pensando este autóctone? Talvez esteja pensando que sua cidade foi transformada em estação turística e sua pátria em campo de esportes o que, afinal, ele lamenta.



Para todos aqueles que ainda não o compreenderam: "*Tourism is supposed to be business not charity*".

A indústria cultural possui cada vez mais capacidade dentro da sua lógica de acumulação de capital para “apropriar-se” das diferenças locais, variações culturais locais e significados políticos, sociais e estéticos, não importa de que origem, e deles extrair excedentes capitalistas. Assim, Krippendorf (1989, p. 110), reafirma a relação conflituosa entre os viajantes e os viajados. Estes se encontram em situações completamente diferentes e mesmo opostas. “A liberdade e o prazer de um são o fardo e o trabalho do outro. O ambiente de férias se choca com o ambiente de trabalho, e a necessidade de repouso com as necessidades da existência”. A figura 23 contextualiza a situação acima descrita.

Figura 23 - O encontro entre viajantes e viajados



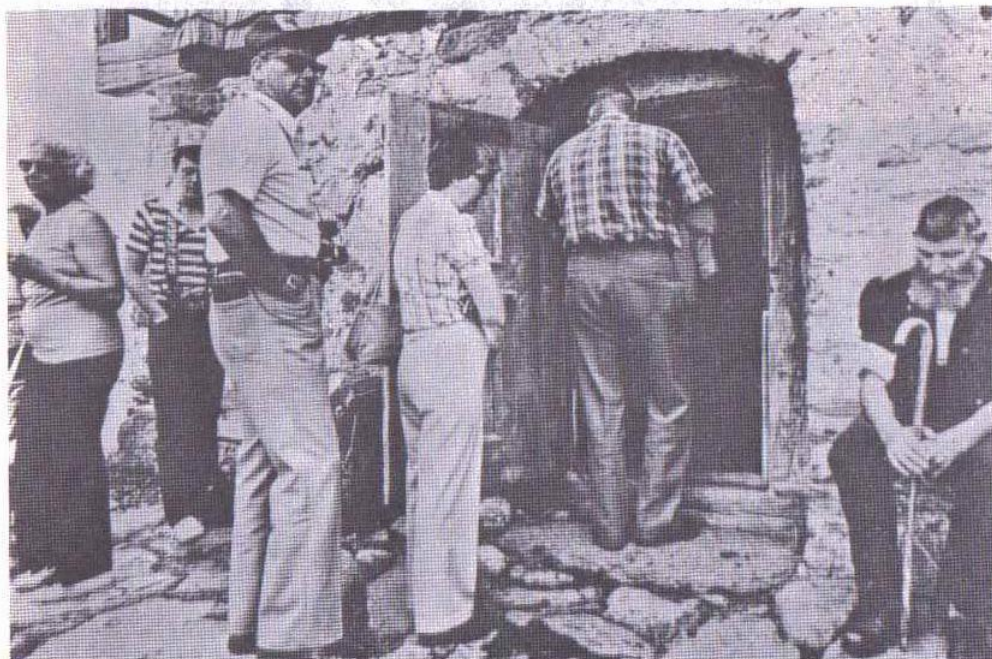
Os estilos de vida, a religião, a cultura, a música, as tradições locais tornam-se cada vez mais, produtos de consumo e, assim, são negociados de forma capitalista. “O nativo se torna um espetáculo e um tema de fotografias”. Em algumas situações o marketing trabalha para que os nativos se tornem atrações, transformando cada vez mais a cultura e as tradições locais em mercadorias a serem consumidas no capitalismo. De acordo com Debord (1997, p. 42) espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social, assim, o consumo alienado torna-se para as massas um dever suplementar à produção alienada.

O encontro entre viajantes e viajados dar-se-á por meio da prestação de serviços, como o servente, a arrumadeira, o vigia, os vendedores de *souvenirs*, o chofer, os músicos, os dançarinos de músicas folclóricas, etc. Esta situação reforça o sentimento da própria superioridade. Assim, está representada a figura 24.

Figura 24 - O encontro entre viajantes e viajados



Como pode ocorrer um encontro, se os contactos se limitam à prestação de serviços? Os turistas, novos marajás.



Vários milhares de turistas visitam a cabana do pastor em todas as estações. Como ficar zangado por ele não se mostrar alegre diante de cada grupo, como se fosse a primeira vez?

No contexto do confisco estrangeiro, a paisagem e os homens se tornam bens de consumo. Assim, Krippendorf (1989, p. 100) explica que “o confisco estrangeiro pode ser definido da seguinte forma: as grandes aglomerações veem nas zonas rurais uma fonte de abastecimento de mão-de-obra, matérias primas, água potável e energia que vão assegurar o crescimento contínuo das cidades e, sobretudo, elas veem um espaço complementar para o relaxamento dos cidadãos fatigados”. Sendo assim a estratégia para transformar o local escolhido em mercadoria conta com a representação dos políticos locais.

Morin (2009) defendia a ideia de que a cultura de massa, enquanto um conjunto de cultura, civilização e história, somente poderia ser abordada pelo método da totalidade. (WOLF, 1995, p. 90).

Podemos adiantar que uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si no qual se envolve (sua personalidade). (MORIN, 2009, p. 15).

É entre real e imaginário que, por meio de processos de identificação e projeção, onde entram em ação os arquétipos da estrutura imaginária, que a indústria cultural encontra o desafio de superar a contradição “entre suas estrutura burocráticas-padronizadas e a originalidade (individualidade e novidade) do produto que ela deve fornecer”. (MORIN, 2009, p. 25). Para Morin (2009) é a própria estrutura do imaginário que consente a mediação entre os requisitos opostos, o imaginário se estrutura segundo os arquetípicos: temas míticos, as personagens tipo constituem as estruturas internas e constantes, usadas pela indústria cultural. A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando os grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos. (MORIN, 2009, p. 26).

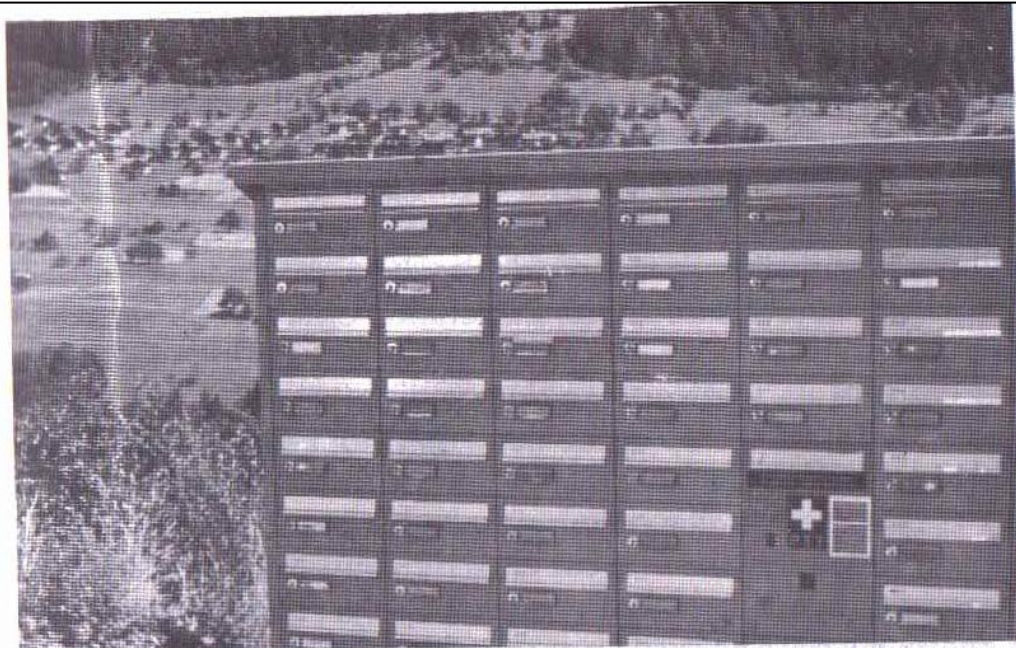
De acordo com Krippendorf a maioria da população enfrenta todas as desvantagens do confisco estrangeiro, além de ter que enfrentar os custos sociais

gerados pelo desenvolvimento do turismo. A massificação da viagem, a organização racionalizada e o desenvolvimento padronizado impedem mais uma vez as relações calorosas e qualquer tipo de troca intelectual entre viajantes e viajados. Entretanto, ao compreender que o consumo das práticas turísticas não é uma atividade passiva, produto apenas de imposições operadas pela indústria cultural e muito menos reflexo de interesses subjetivos do sujeito. Podemos considerar que não é a massificação das viagens e as formas padronizadas de consumo as barreiras que interligam viajantes e viajados. Assim, Morin (2009, p. 47) ressalta que a “tendência homogeneizante é ao mesmo tempo uma tendência cosmopolita, que tende a enfraquecer as diferenciações culturais nacionais em prol de uma cultura das grandes áreas transnacionais”.

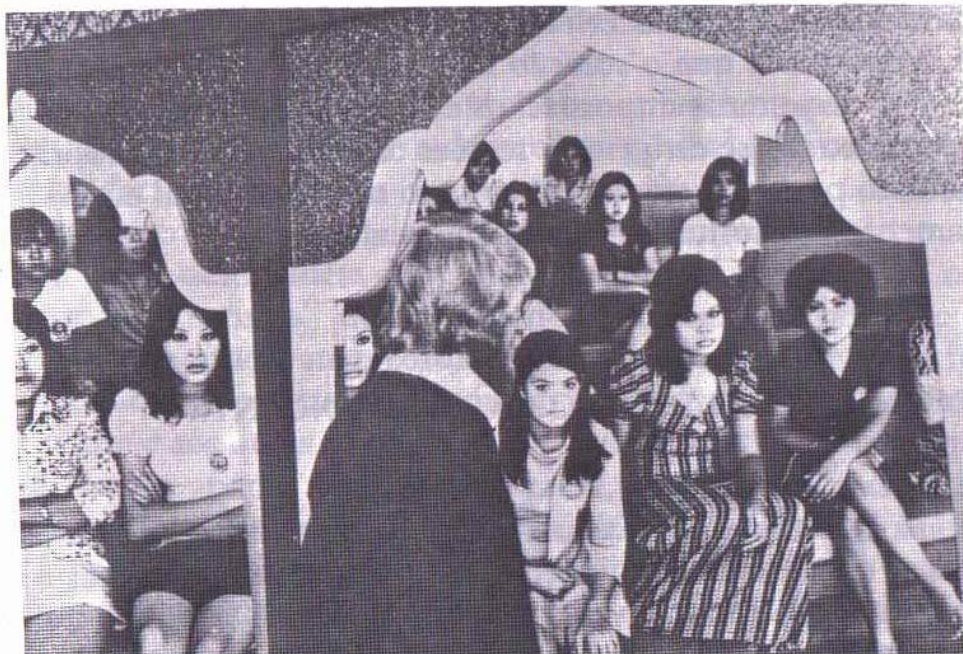
A primeira imagem da figura 25 representa o confisco estrangeiro da Suíça (representada pelo símbolo) sobre a pequena comunidade ao fundo.

A segunda imagem da figura 25 demonstra a exposição da mulher, como objeto de consumo, em uma determinada localidade turística. Esse tipo de exploração sexual, objeto de estudo nas academias, atraem turistas para as localidades. Na imagem podemos verificar que isso ocorre em países tidos de terceiro mundo.

Figura 25 - O encontro entre viajantes e viajados



O confisco estrangeiro no desenvolvimento turístico. São as pessoas das cidades que têm dinheiro. Elas compram os terrenos, viabilizam-nos e, a seguir, constróem. Detém um amplo poder de decisão. Contudo, não vivem aí, apenas aparecem de vez em quando. São os destinatários anônimos.



“O Terceiro Mundo é o bordel dos países industrializados” (F. Fanon). As viagens “apenas para senhores” são a forma de turismo mais desumana que existe, a pior das explorações e humilhações. Entretanto, os negócios prosperam!.Mais de um organizador presta este serviço. Impunemente.

Krippendorf ressalta para que haja harmonia entre cotidiano e anticotidiano há muito o que se modificar no sistema do turismo. Vivemos em mundo capitalista, e essa força econômica cresce e movimenta milhões dentro das práticas turísticas, as transformações começariam no próprio cotidiano, para que o anticotidiano se torne de fato um campo de aprendizado, de experiências e de exercícios. Wolf (2008, p. 97) argumenta que aquém das diferenças (de prestígio, hierarquia, convenções etc.), há um terreno comum, “uma identidade que constitui o substrato da cultura de massa: é a identidade dos valores de consumo”. Nesse sentido, a cultura de massa coloca em contato os diferentes estratos sociais.

É isso que representa a figura 26, o turismo não como um cenário de teatro, mas sim uma escola da vida.

Figura 26 - Indícios de um conceito mais crítico do turismo



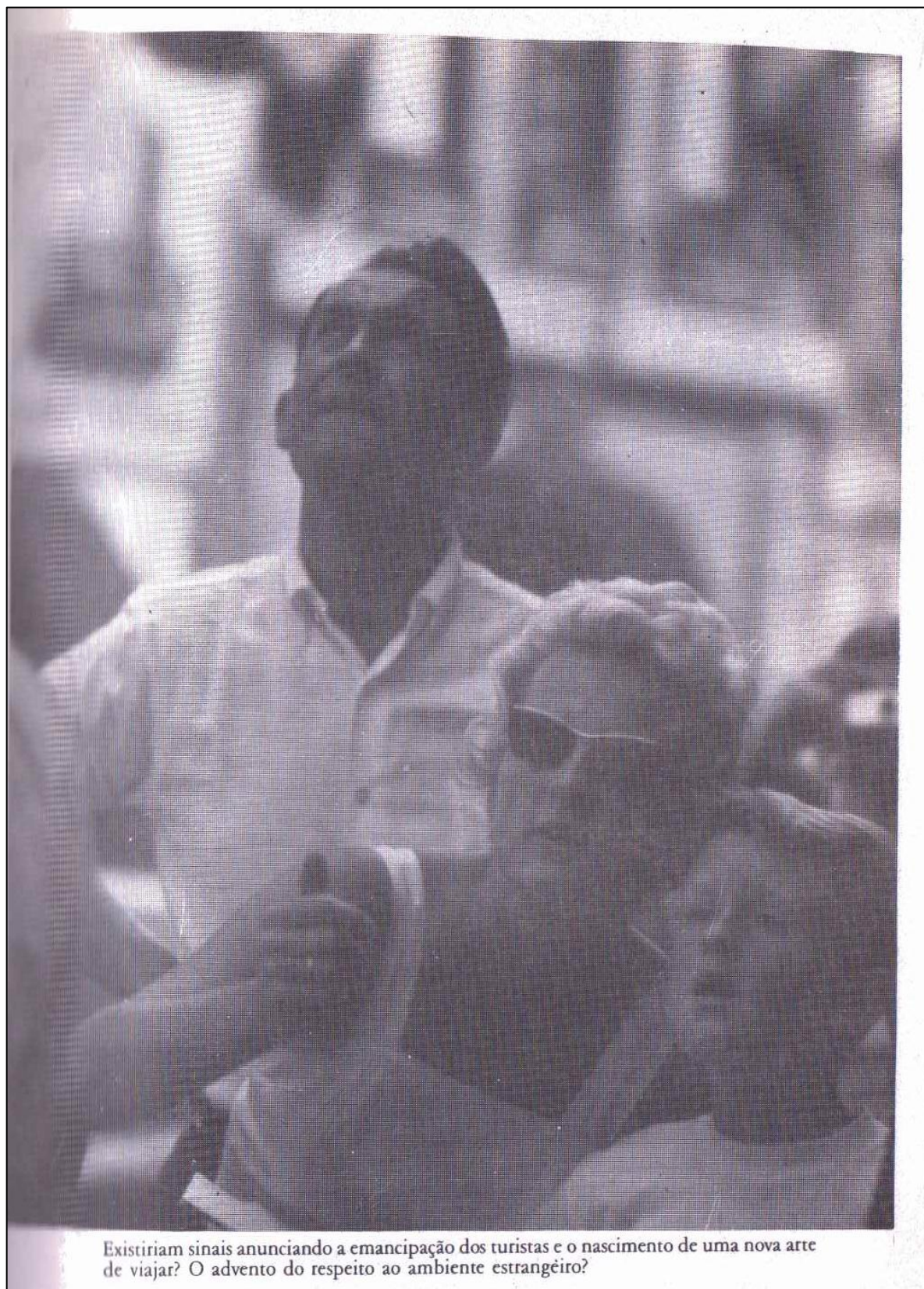
Era apenas uma serenata? Um teatro de férias? Três semanas de magia? Depois, caem as cortinas... apagam-se as luzes... ponto final, até a próxima vez?



Ou sobra alguma coisa? Poderiam as viagens ser um campo de experiências e aprendizado — uma escola da vida?

O turista entre a emancipação e a regulação – retomando estas concepções no contexto da teoria crítica podemos compreender a relação entre a regulação e a emancipação social e entre a experiência e as expectativas na sociedade moderna. Santos (2007, p. 7) diz que no plano social, há uma regressão, que se agrava, sobretudo, nas últimas décadas, com perdas de direitos e de possibilidades futuras que tornam incapazes de renovar e reinventar a teoria e a emancipação social. Para o autor temos que como trabalhar esses instrumentos de forma contra-hegemônica e tentar perceber, nas culturas e formas políticas marginalizadas pela modernidade ocidental, “indícios de superação das relações sociais capitalistas nos movimentos e lutas sociais concretas construídas nas sociedades colonizadas”. Na figura 27, as expressões de busca desses indícios de emancipação do turismo.

Figura 27 - Indícios de um conceito mais crítico do turismo

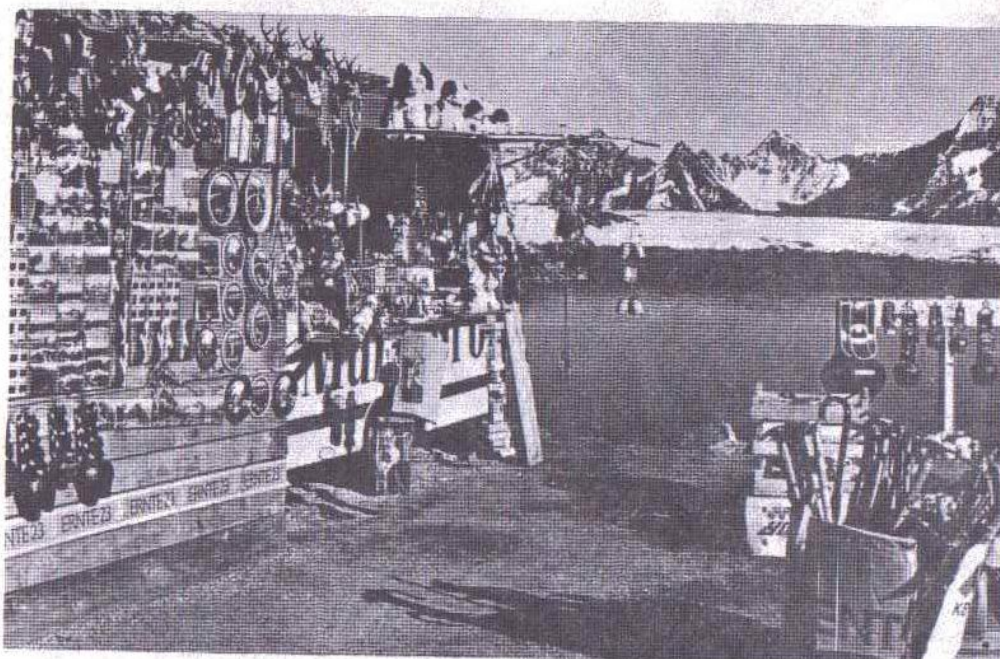


Fonte: Krippendorf, 1989, p.131.

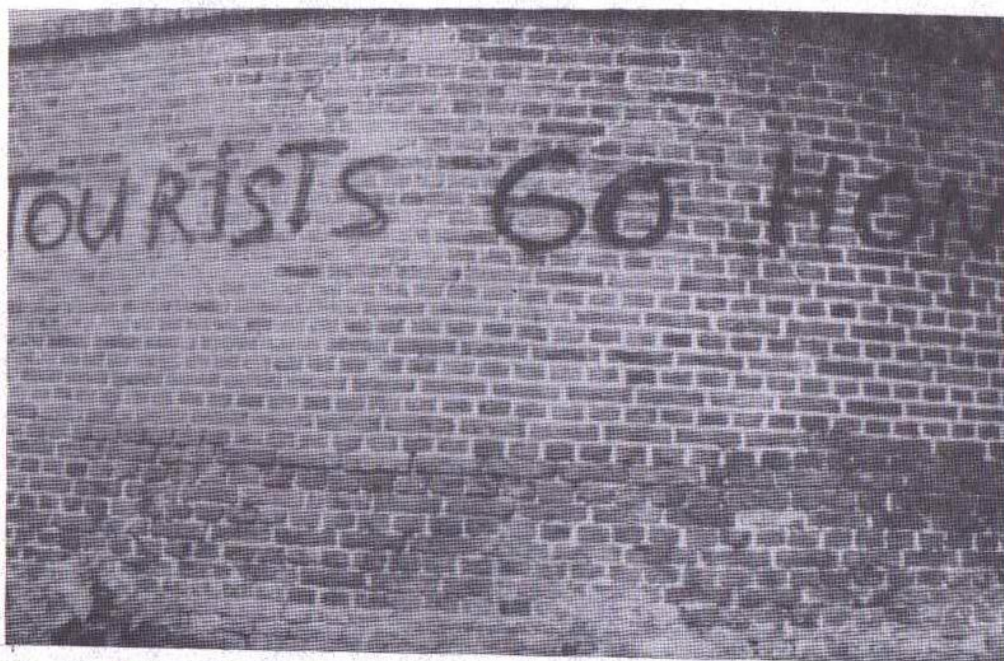
Krippendorf contrário aos adeptos do pessimismo cultural e da crítica sociológica que qualificam como ilusória a busca da felicidade e da liberdade através do turismo, é otimista e acredita ser possível uma emancipação do turismo. Uma necessidade que já se tornara uma utilidade pública. “Empreendida pelos viajados, uma evolução deste tipo exigiria tempo, experiência e educação”. Em outras palavras, "nascimento de uma nova cultura da viagem". (KRIPPENDORF, 1989, p. 133-134).

Na figura 28, a necessidade de uma política do turismo, nova e diferenciada para as práticas turísticas.

Figura 28 - Indícios de um conceito mais crítico do turismo



Onde os souvenirs das férias não sejam apenas objetos que se colecionem como selos e que se exponha sobre uma prateleira, como troféus de caça?



Os viajados se preparam para a revolta. "Eles fazem tudo para que os turistas venham, mas gostariam de tudo fazer para impedi-los de vir" (Jeanne Hersch).

3.2.3 Para a humanização do cotidiano, contradições: trabalho-moradia-lazer, capítulo 3.

*Suponhamos que as infinitas despesas consagradas aos deslocamentos por puro recreio sejam investidas no embelezamento das cidades e dos campos, no planejamento do trabalho, na busca de uma vida mais harmoniosa. Suponhamos que o charme e a beleza da época das férias sejam, de alguma forma, injetados no tempo da vida comum. Então, a questão do cansaço e do repouso estariam resolvidas pelo que eu chamaria de "a solução do coração": Férias, nunca mais ou, se o preferirmos, férias perpétuas. A verdadeira vida, a verdadeira felicidade ... * (Michel Tournier, apud, Krippendorf, 1989, p. 136).*

No capítulo 3, páginas 136 a 171, o autor analisa as novas tendências para a humanização do cotidiano, ou seja, as questões necessárias para melhorar o cotidiano, para que o anticotidiano não seja mais encarado como um contrapeso à vida comum, mas como parte integrante da realidade social. A busca do fim desta polarização.

Vivemos em uma sociedade com grandes avanços tecnológicos e industriais, uma sociedade onde trabalhar significa progresso e conforto material, em que o lazer é considerado como um tempo de repouso, justo, recarga de energias após longa jornada que possibilita o conforto pelo consumo de bens e a aposentadoria garantida como retribuição a uma vida de labor. E as consequências desse desenvolvimento da sociedade industrial foram, o bem estar material, a eliminação da pobreza, o aumento dos salários e a redução do tempo de trabalho.

Krippendorf propõe alternativas para o que ele chama de - Crise do Trabalho. No contexto da teoria crítica seria uma forma de emancipação. Como, dar ao trabalho uma substância mais rica – forçar a autonomia individual e aumentar responsabilidade pessoal, uma nova repartição do trabalho – para mais pessoas trabalharem e diminuir o desemprego, uma organização flexível do tempo –

liberdade para decidir quando e quanto trabalhar e ganhar e um sistema binário da atividade econômica – fim da expansão financeira forçada e a renúncia de algumas vantagens materiais. Conforme ilustram as figuras 29 e 30.

Figura 29 – Como sair da crise do trabalho?

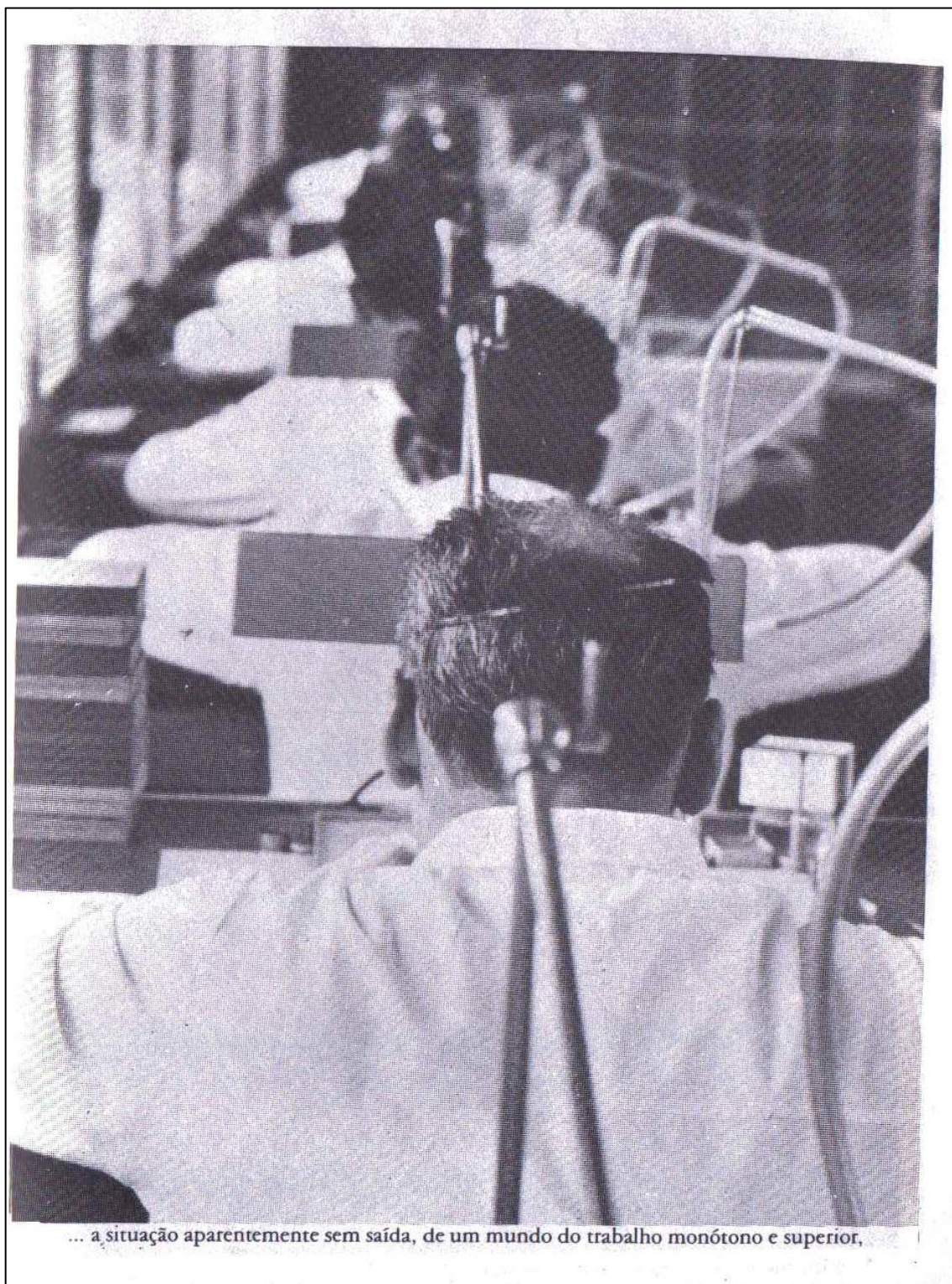


Fonte: Krippendorf, 1989, p.158.

Para Krippendorf o desenvolvimento das cidades modernas, modificaram os *habitus* do ser humano. “Antigamente, a cidade era um verdadeiro espaço de vida. Havia um equilíbrio entre o ser humano e a arquitetura”. Com o advento da era industrial as cidades foram adaptadas às exigências da produção industrial, Debord (1997, p. 171) advoga que o agente principal do rompimento desse equilíbrio é o capitalismo, “o urbanismo é o equipamento da sua base geral, que prepara o solo que convém ao seu desenvolvimento; a própria técnica da separação”.

Assim, as cidades foram adaptadas às necessidades da economia e o desenvolvimento passou a obedecer apenas às coerções econômicas, conforme as regras impostas pela indústria cultural. De acordo com Debord (1997, p.171) o urbanismo destrói as cidades e a reconstrói como um pseudocampo, no qual estão perdidas tanto as relações naturais do antigo campo como as relações sociais diretas da cidade. Krippendorf reitera que os “urbanistas não acharam nada a opor, muito pelo contrário: estavam dentre os mais ardorosos defensores do sistema”.

Figura 30 – Como sair da crise do trabalho?



Fonte: Krippendorf, 1989, p.159.

Mas, Krippendorf alerta “toda medalha tem um reverso”. Não há como ignorar as inconveniências do avanço da industrialização, que trouxeram como consequências: a perda da responsabilidade e do interesse pelo trabalho, o trabalho e a vida trazem cada vez menos satisfações, a rigidez dos horários e a implacável lei do tempo, o tempo livre é tempo não ocupado pelo trabalho, o trabalho e tempo livre são fatores de tédio, em contraposição esse mesmo modelo industrial de sociedade gera milhões de desempregados sem direitos reconhecidos, como em pregos fixos e direitos trabalhistas.

Nesse contexto, o desenvolvimento urbano não pensou no ser humano, estes foram esquecidos, excluídos da modernização turística. “Os moradores das zonas urbanas tornaram-se nômades modernos”, trabalham na cidade e moram no subúrbio. Aquela parte da cidade que não é imaginada pelos poderes globais, os desempregados, os miseráveis, os favelados e os pobres de todas as espécies, são esquecidos tanto da construção dessa nação imaginada, como das políticas de renovação urbana. Então, Krippendorf ressalta que “os cidadãos saem das cidades e dos subúrbios para descobrir, longe, o que lhes falta”.

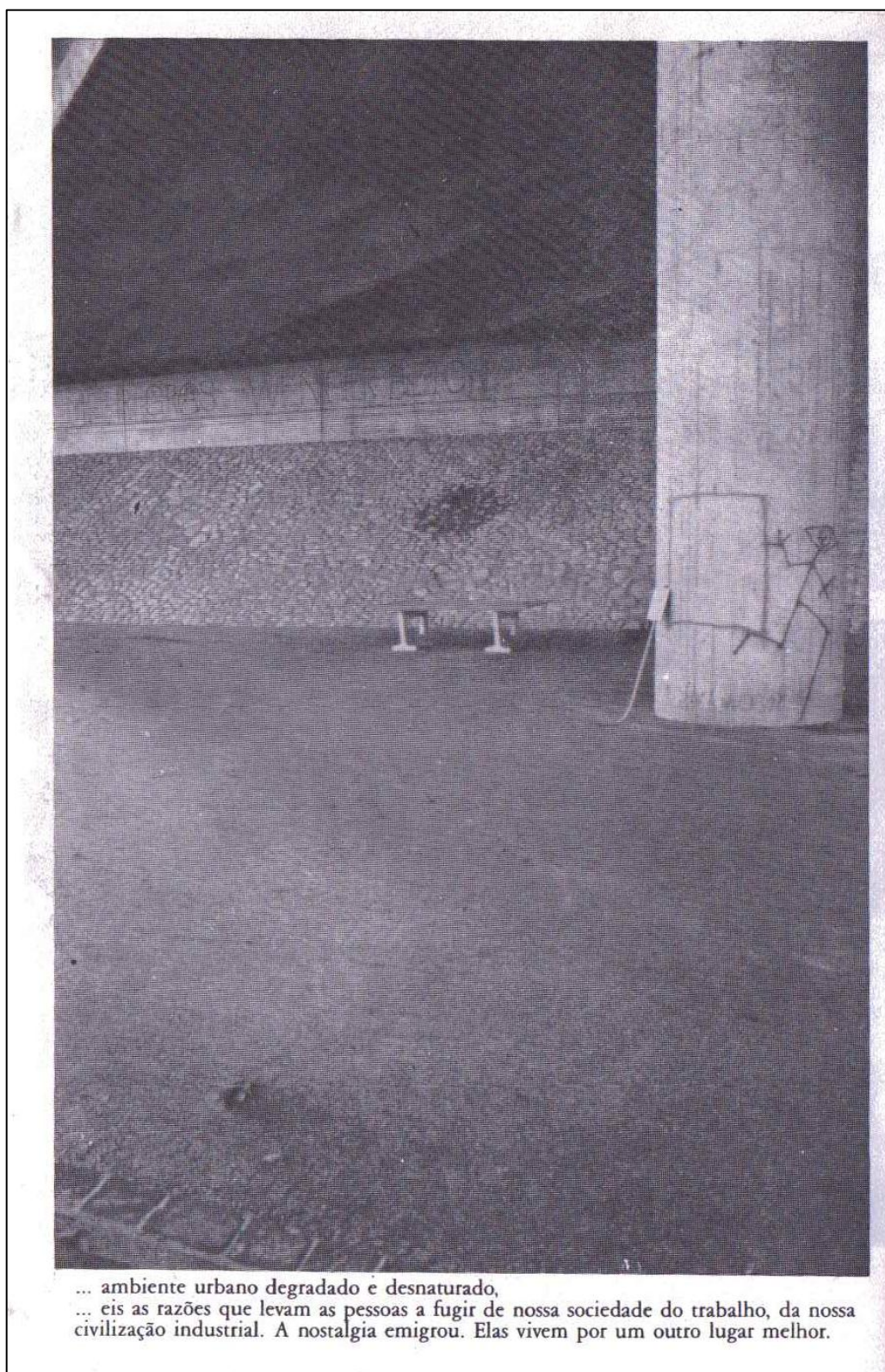
Assim, Krippendorf retoma a discussão sobre a predominância da sociedade do consumo que - “nos impõe um ritmo de vida rígido e nos prescreve quando devemos trabalhar, quando devemos descansar e quando devemos tirar férias” - com a sociedade do lazer. No entanto o entendimento atual sobre a abordagem do lazer, é prescrito pelos meios de comunicação, e torna-se cada vez mais uma mercadoria.

Na sociedade de consumo a superprodução de signos e a reprodução de imagens e simulações resultam numa estetização da realidade, na qual as massas ficam fascinadas pelo fluxo infinito de informações. Os bens de consumo cotidianos e mundanos são transmitidos e manipulados por vários grupos numa disputa para se apropriar dos signos e usá-los de acordo com seus interesses particulares. (FEATHERSTONE, 1995, P.122).

Como bem sabe o turismo é um fenômeno complexo de máxima relevância, um universo simbólico que é objeto de consumo em grande escala, com investimentos tecnológicos em contínua expansão, uma experiência individual

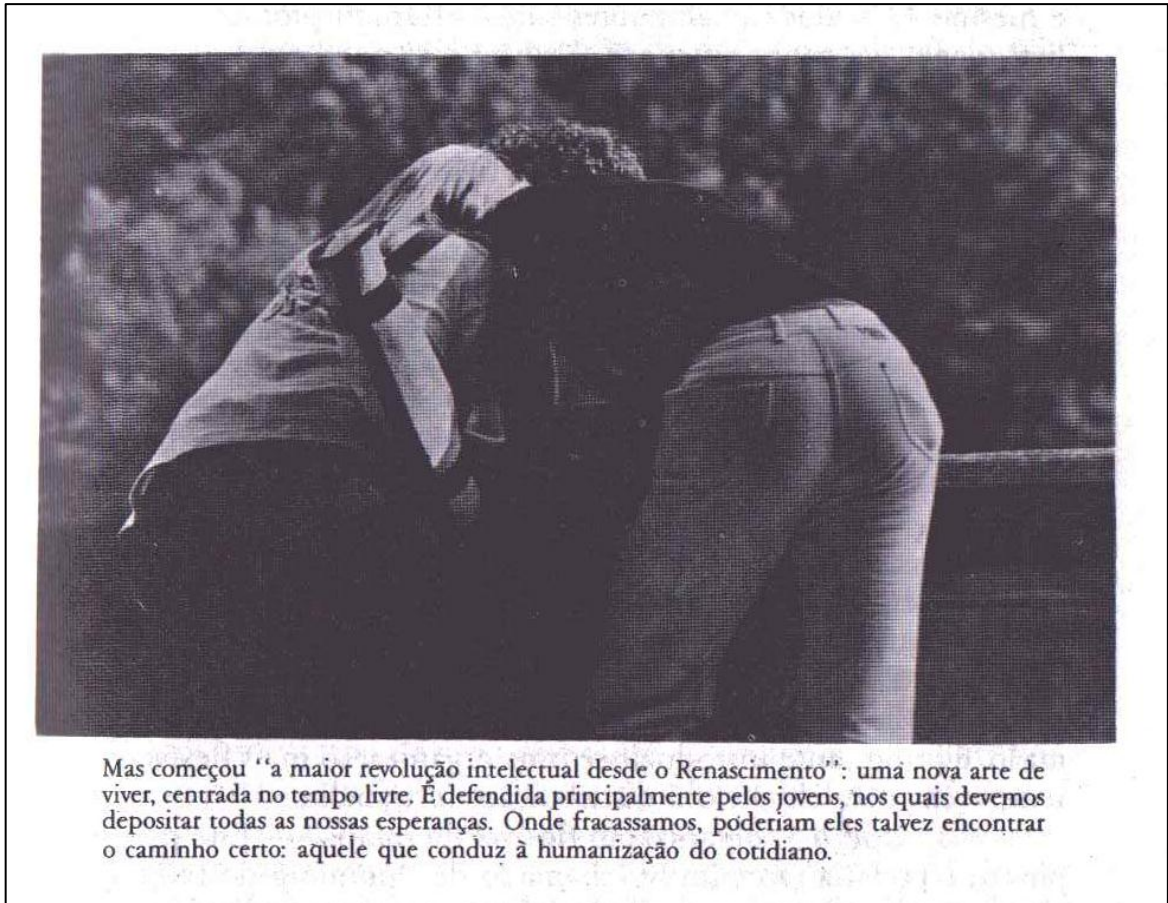
cotidiana, um terreno de conflito político, um sistema de mediação cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo etc. (WOLF, 2008, p. IX).

Figura 31 – Como sair da crise do trabalho?



O autor ressalta sobre a modificação da escala de valores em nossa sociedade, não é mais o trabalho, mas o tempo livre, que se tornou o centro da vida, ou seja, devemos procurar uma orientação mais dinâmica do tempo livre. A consciência do dinheiro deverá ser substituída pela consciência do tempo.

Figura 32 – Como sair da crise do trabalho?



Fonte: Krippendorf, 1989, p.161.

Como já mencionado, não há como negar que exista uma indústria cultural que transforma o cotidiano e trabalha os lazeres e a cultura em mercadoria, porém Krippendorf nos propõe a pensar sobre a perspectiva de que a vida cotidiana não é apenas formada por interesses particulares, mas também por interesses comuns, ou seja na diversidade do indivíduo – e podemos pensar na emancipação do turismo sob essa perspectiva.

Para os Frankfurtianos a produção capitalista, o desenvolvimento tecnológico e comunicação de massa implicaram em profundas transformações na relação do ser humano com o mundo, com a arte e com o trabalho.

Rüdiger (1998) defende que não se deve entender a palavra "indústria", em seu sentido gramatical – que refere-se ao manejo das técnicas de distribuição (difusão e venda) e à padronização da estrutura dos bens simbólicos, e, ressalta, que a cultura não pode ser motivo de indústria. O que devesse compreender é o processo social que transforma a cultura em bem de consumo, ou seja, o esquema, e não a coisa. Se esse argumento é passível de compreensão da incompatibilidade de cultura se transformar em indústria produtora de bens de consumo massivo, também pode-se transpor a mesma análise ao turismo, entendido como prática social, fenômeno humano que não comporta uma experiência massiva. Subjetiva, uma na diversidade.

O turismo de massa é o esquema (uso do território como mercadoria), e não a coisa. Pois, a coisa é um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) sujeito(s), em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, portanto, explicitadores de uma estética diante da busca do prazer. (MOESCH, 2004, p. 336).

Esse é o contexto em que nos encontramos atualmente no qual Krippendorf afirma ser um desafio enorme para as novas gerações e ressalta não é de viagens diferentes que necessitamos; mas de seres humanos diferentes. De acordo com Moesch, amiga de afeto e intelecto, o autor já sabia disso, então escreve o 4 Capítulo intitulado: Teses para humanização das viagens.

3.2.4 Teses para humanização das viagens - Por um turismo mais humano: autor rompe determinismo econômico e busca alternativas, capítulo 4.

No quarto capítulo, páginas 172 a 235, as ações propostas para humanização do turismo são as expressões e esperanças pessoais de Krippendorf,

que rompe com o determinismo do sistema econômico em busca de alternativas que visam humanizar as relações cotidiano-anticotidiano e argumenta em favor de uma nova compreensão do lazer e da viagem. Parafraseando o autor: “está na hora de desenvolver outras formas de lazer para todos, em que todas as pessoas envolvidas possam tirar o melhor proveito, sem que outros seres humanos ou o meio ambiente sejam prejudicados”.

Foi realizada uma entrevista, informal, com a professora Dra. Marutschka Moesch, acerca da vida e da obra de Krippendorf, no intuito de conhecer melhor as concepções e experiências vividas por ele, a mesma relembra com carinho da forma otimista como conduzia e construía sua concepção de Turismo. Inserida aqui proposital, por acreditar que o depoimento irá contribuir na compreensão do capítulo 4 da obra analisada. E, assim descreve:

É fundante para romper o tratamento pasteurizado ao sujeito turista entende-lo como diverso, e assim derrubar muros que impeçam qualquer um ou uma de viajar, sem abandonar a solidariedade: criar condições para uma troca equitativa e relações igualitárias. Turismo responsável em sua essência.

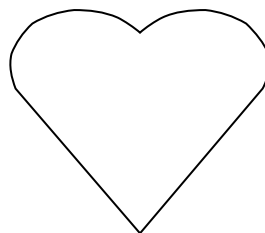
Sua epistemologia estabelece o sujeito como categoria constitutiva do fenômeno, a materialidade da dinâmica distribui-se pelo território, de forma impactante autoritária, exógena, ou, pelo processo da construção possível, participativa, endógena, processual, lenta, pois tem um ciclo a cumprir.

Em sua participação, no 1º Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em 2001, faz uma conferência intitulada: “Um outro turismo é possível”. Em sua fala analisa a agenda 21 e as dimensões do impacto do turismo consumido de forma massiva. No congresso das Mercocidades, em 2003, profere sua última conferência, via internet devido ao avançado estado do câncer que havia assolado seu corpo, mas seu espírito continuava combativo. Era um militante do turismo sustentável, apesar de não utilizar essa categoria em nenhuma de suas obras, mas essa concepção atravessa sua obra e vida. Essa conferência foi publicada em um livro intitulado: Um outro turismo é possível? - organizado pela Dra. Susana Gastal e por mim.

Em sua trajetória havia combatido a disciplinaridade nos estudos sobre turismo, e propôs como Diretor do Departamento de Economia, da Universidade de Berna, a transformação do departamento em interdisciplinar a fim de abarcar as diferentes dimensões do turismo. Foi negada sua solicitação, e, ele demite-se da universidade. Vai trabalhar em consultoria na África e na Bolívia, buscando sua coerência teórico-prática. Um sujeito que sentia um prazer enorme de estar entre amigos, de ser avô, de receber em sua casa, de andar de bicicleta, comprar de forma cooperativada apoiando a produção comunitária e a distribuição de renda global. Afirmava que a Suíça havia sido criada, por isso lhe faltava vibração e leveza. Elogiava os brasileiros por fazerem um turismo com coração.

Em suas viagens pelo Brasil criticou Gramado (RS) por ser “um pastiche, uma bricolagem”. Criticou o hotel de Fortaleza por não permitir abrir as janelas e usufruir do ar marinho, mantendo seus hóspedes reféns do ar condicionado. Adorou Garopaba (SC) e seu mar azul, São Francisco de Paula por sua simplicidade e Porto Alegre pela hospitalidade.

Era uma linda pessoa. Um brilhante intelectual. Um militante combativo. E um amoroso amigo. Muitas vezes o sinto presente em minhas ações, pois traço e faço minha vida com o coração.



Segundo Moesch (2016) no quarto capítulo, Krippendorf aborda uma agenda para ação. Propõem uma epistemologia dialética para o Turismo iniciando por tratar - Da filosofia das estratégias. Neste momento prega um turismo “suave e humano”, demonstrando uma esperança na possibilidade da práxis, como momento de conscientização pelo sujeito de sua historicidade. Refletir sobre a concepção de liberdade na política de lazer e turismo é uma nova ética e estética a ser construída. Ao registrar dentro da filosofia das estratégias o sentimento que não teríamos tempo para grandes transformações decide sobre a lei da qualidade-quantidade que deveríamos ir transformando aos poucos, lentamente, no ciclo da vida. Por isso, de forma dialógica partilhava seus saberes e fazeres. Ao resgatar a contradição como categoria fundante do turismo, que explicita a relação dicotômica trabalho-lazer, trabalho-prazer e a convivência de práticas contrárias aborda o turismo de massa e a aceitação de cada turista em sua subjetividade. Não esquece de pautar os diferentes, os kitsch e o consumo cultural, e a criticar a arrogância da academia, numa crítica feroz a AIEST (Associação Internacional de Experts em Turismo).

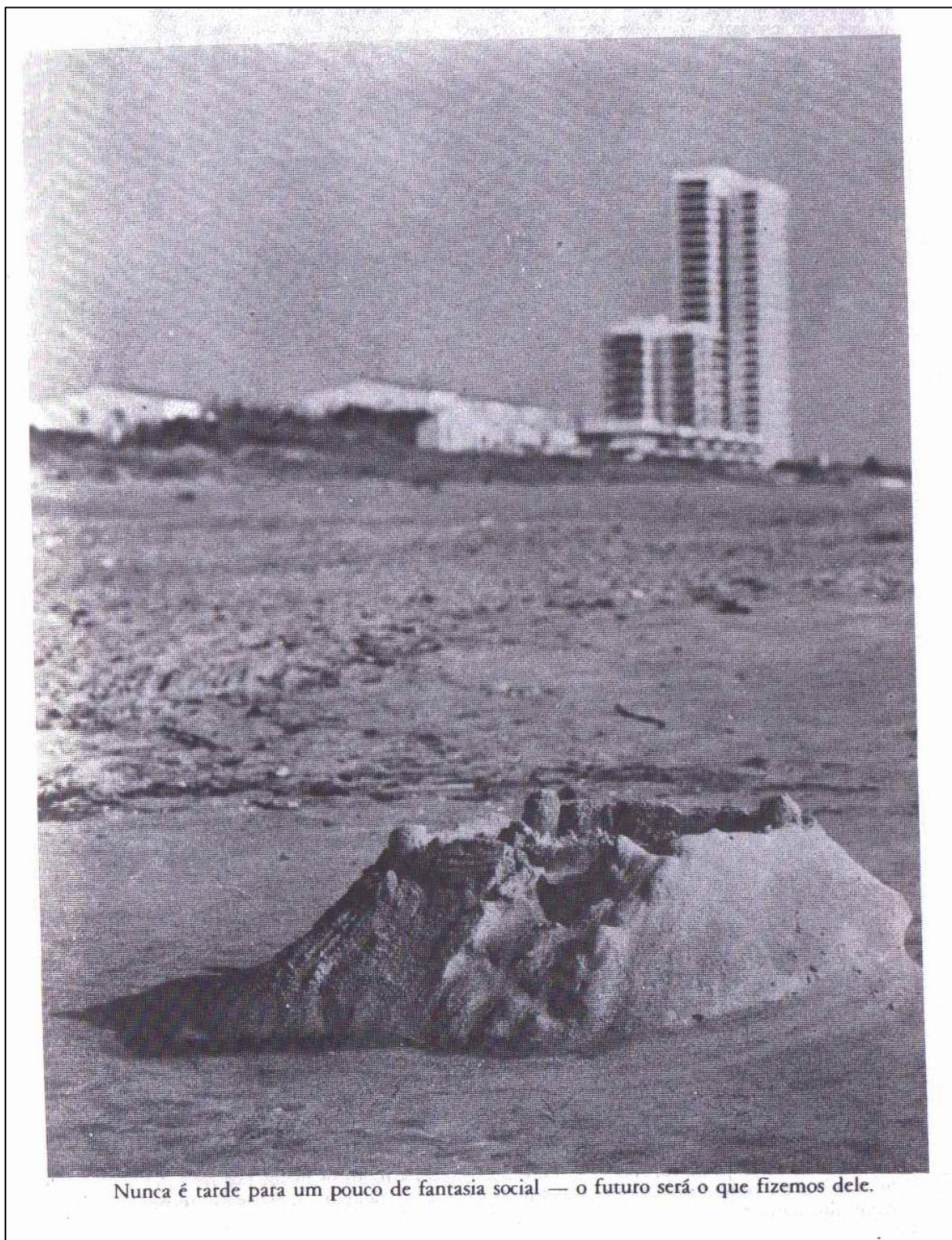
Na busca de ações para uma emancipação do turismo, na qual, não podemos tratar as práticas turísticas como objeto de consumo, da indústria cultural, que conforme Adorno (2002) tem a função de padronizar e massificar produtos, com objetivo de atender aos interesses econômicos de uma sociedade centrada no mercado. No entanto, temos que entender a relação entre indivíduo e sociedade

dentro de uma perspectiva da subjetividade, ou seja, as experiências e as práticas do sujeito turista possui uma intencionalidade racional, desprovida de qualquer relação de padronização de seus comportamentos e suas motivações.

Santos (2007) reforça a necessidade de que é preciso continuar com luta pela emancipação social; porém, o problema é que não podemos continuar pensando-a em termos modernos que, para ele, estão hoje em crise. A crise na qual o autor revela não é a ideia de que necessitamos de uma sociedade melhor, de que necessitamos de uma sociedade mais igualitária. E reforça que chegamos a situação que é preciso "Reinventar a emancipação social." (SANTOS, 2007, p. 17).

Assim, na discussão sobre as formas de humanizar o turismo Santos (2007) ressalta que o futuro será aquilo que faremos dele, ou seja, temos que trabalhar na busca da emancipação, ela não se concretizará da espera. Essa representação está na figura 33.

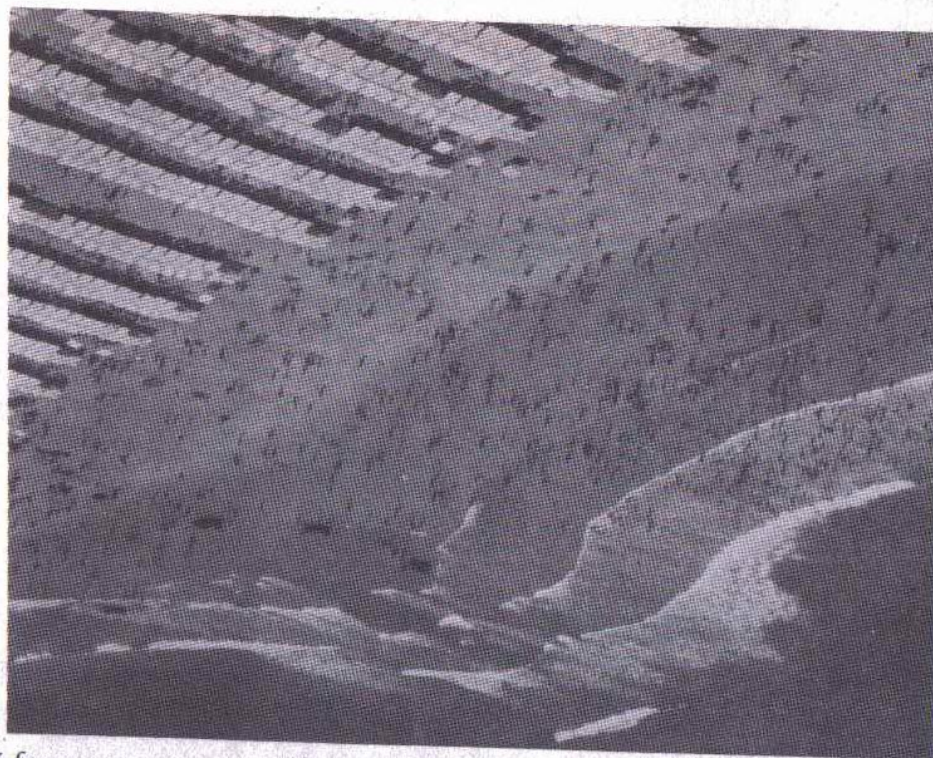
Figura 33 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional



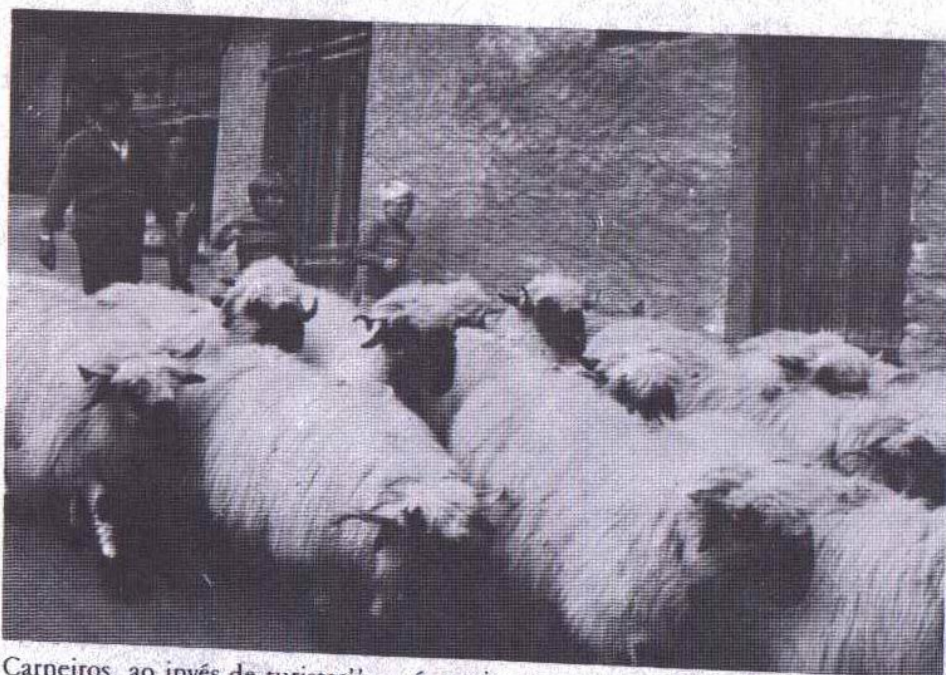
Fonte: Krippendorf, 1989, p.197.

Na abordagem sobre - Do conceito de desenvolvimento harmonioso do turismo – Krippendorf discute as relações do desenvolvimento do turismo com a comunidade local, no intuito de encorajar uma estrutura econômica diversificada e evitar a monocultura. Sem a predominância da economia sobre as demais forças, sem visar apenas o lucro. Ressalta a necessidade de priorizar e conciliar as necessidades e os interesses dos turistas e da população local – preservar a herança cultural e o meio ambiente.

Figura 34 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional



Só faremos progressos quando aprendermos a aceitar o nosso próprio papel de turista, e a viagem como fenômeno de massa. Apenas nesse contexto poderemos começar a desenvolver a individualização e a humanização.



“Carneiros, ao invés de turistas” — é preciso recorrer a todos os meios possíveis para lutar contra a monocultura turística super-invasora — e isto tanto no interesse dos turistas como dos nativos.

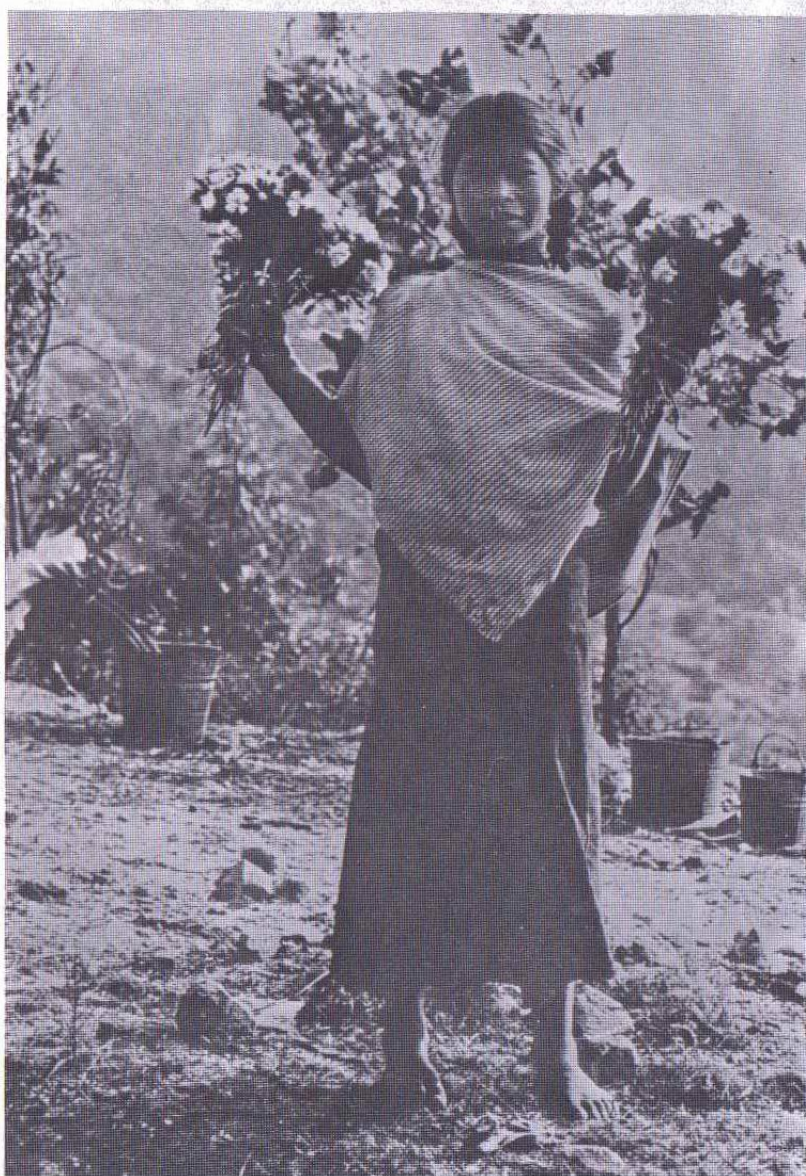
A figura 35 representa na primeira imagem o controle do solo pelo autóctone em contraste com a segunda onde um complexo hoteleiro, exclui a comunidade local do processo de desenvolvimento. Assim, uma das ações propostas por Krippendorf é essa inclusão dos autóctones e sua dependência, e o controle do solo. A política e o planejamento do solo são instrumentos-chave que propiciam a participação sobre o desenvolvimento turístico.

Figura 35 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional



A figura 36 mostra a necessidade de inclusão dos autóctones centrada na utilização da mão-de-obra local, ou seja, os empregos gerados possam ser assumidos pela população local e regional, inclusive as funções executivas. Priorizar e valorizar também a cultura local, e a sua integração, sem retoques, nas ofertas turísticas. Isso inclui: a arquitetura, gastronomia, artesanato local, etc.

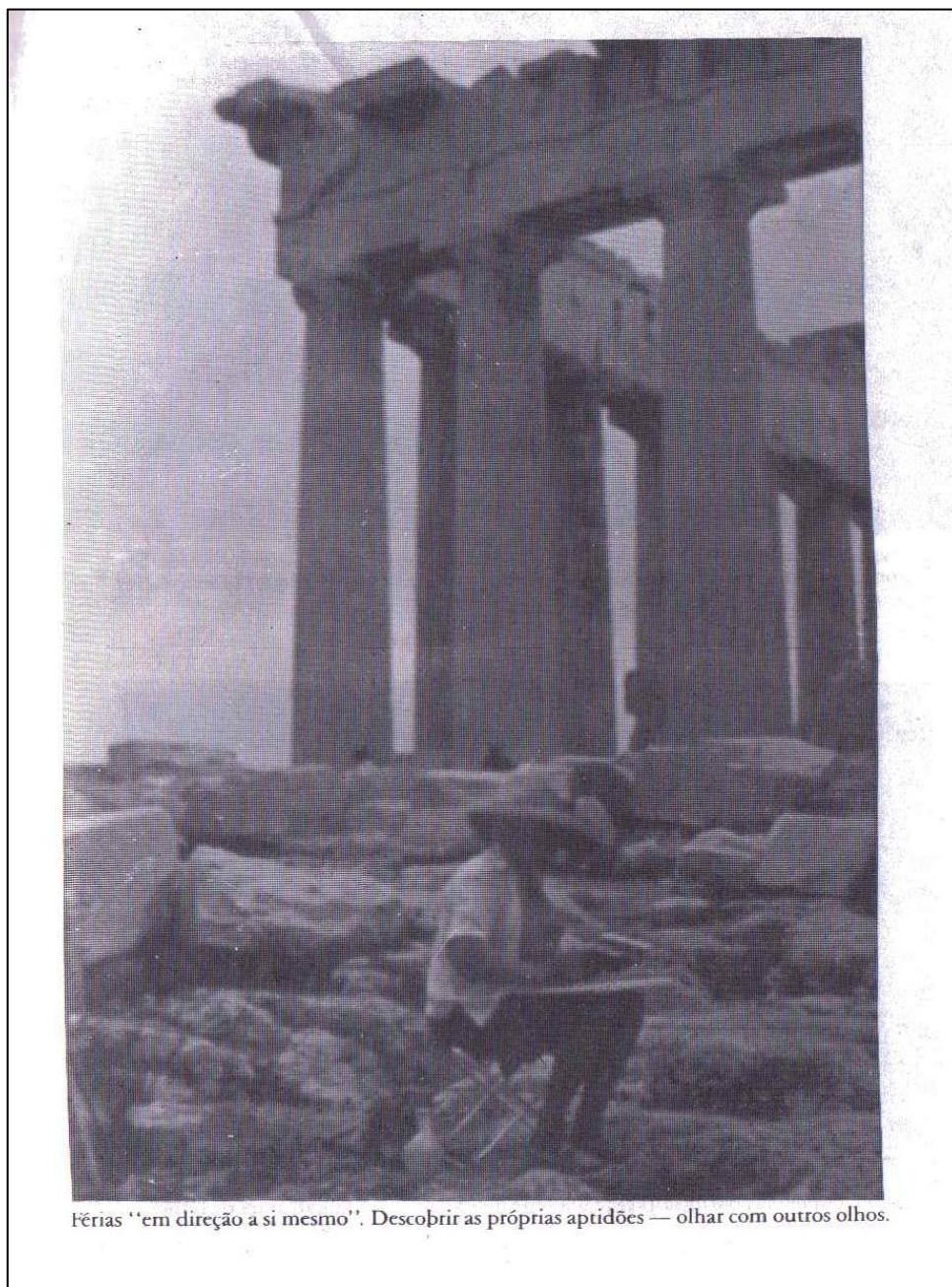
Figura 36 – Destacar e cultivar o caráter local e nacional



Uma segurança tranqüila e uma adesão de acordo com a própria cultura são os melhores meios de lutar contra a "turistificação". É o turista quem deve se adaptar ao país hospedeiro e aos habitantes, e não o inverso. Flores do país, ao invés de whisky importado.

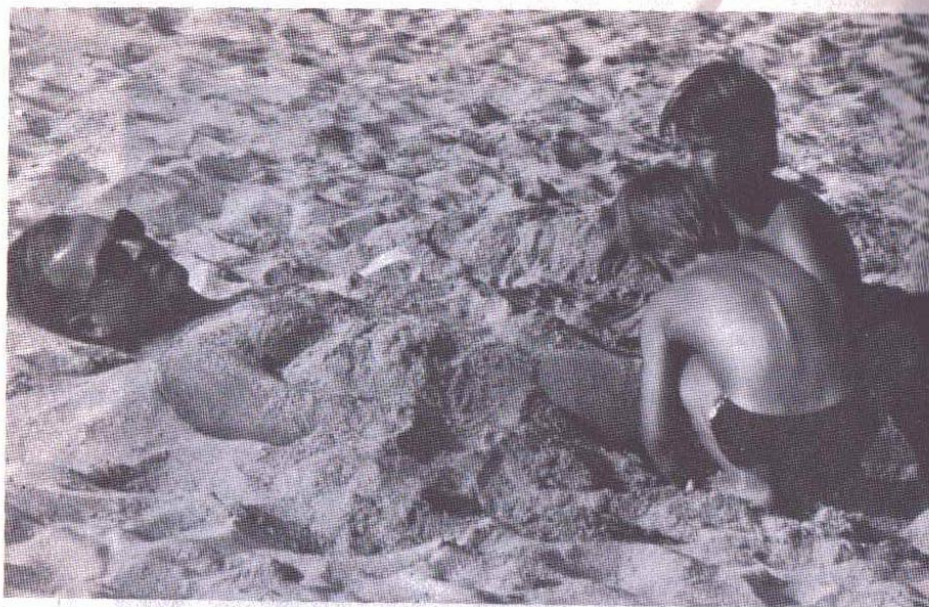
A parte - Viajar conscientemente conselhos e exercícios para um comportamento diferente - engloba ações: que atinge diretamente o nosso cotidiano e o nosso comportamento enquanto sujeito na utilização das práticas turísticas. As férias em direção ao “eu” seria o encaminhamento do turista manipulado para o homem lúdico e não uma manipulação voltada apenas para o consumo de bens. A figura 36 representa essa busca do “eu”.

Figura 37 – Aprender a viajar – preparar e educar os seres humanos para a viagem

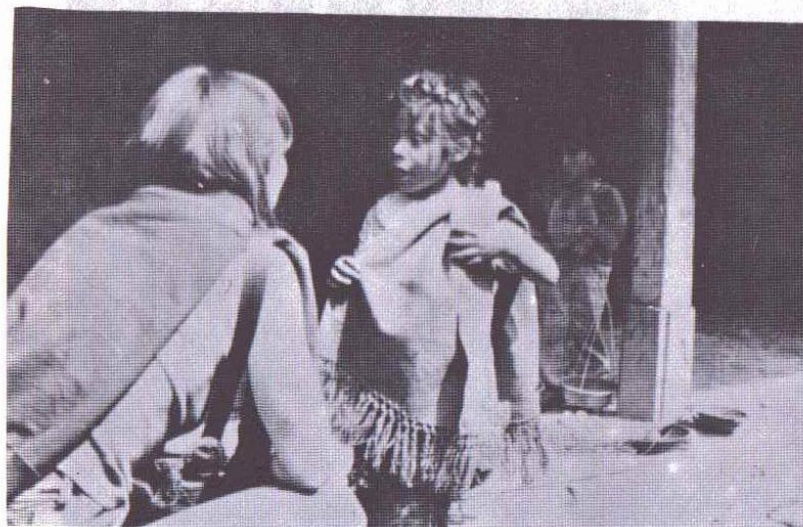


Um turista crítico se rebela contra o mecanismo irrefletido e o nivelamento praticado pela maioria dos métodos de turismo, ou seja, Krippendorf diz que devemos ser um consumidor crítico e respeitar o próximo. Nesse sentido as convivências serão mais harmoniosas. Assim, diminuámos os impactos causados também no nosso cotidiano, transformando-o em um lugar de repouso. A figura 38 demonstra essas as relações.

Figura 38 – Aprender a viajar – preparar e educar os seres humanos para a viagem



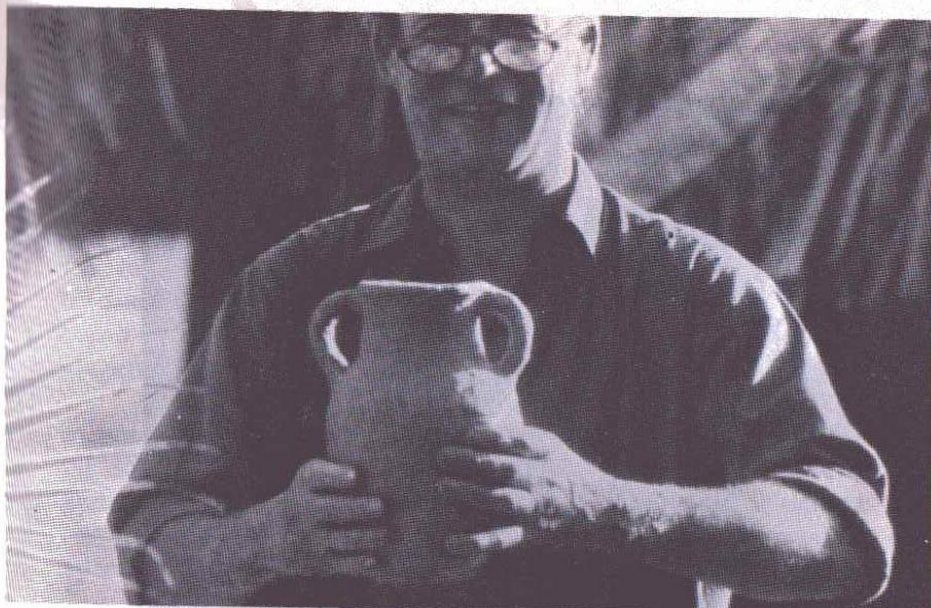
Consagrar as férias à descoberta de si. Compartilhar as suas alegrias com os outros. Ser disponível. Ter tempo. Buscar não o exótico e o extremo, mas as pequenas felicidades das férias.



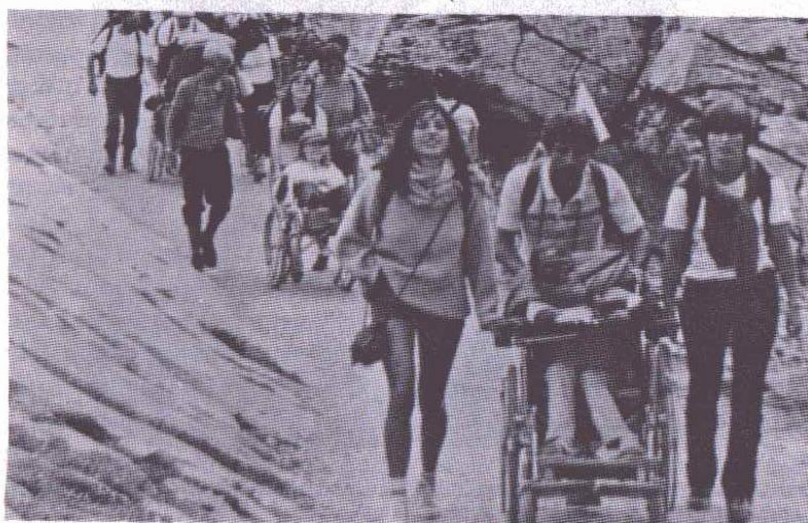
Viajar no respeito ao próximo: prezar, antes de desprezar — perguntar, antes de responder — buscar, antes de achar.

E, por fim, a abordagem sobre - A escola do turismo humano – para que as relações de consumo seja para além do consumo de massa. Para que a promoção turística seja divulgada de forma honesta e responsável. Desenvolver o potencial adormecido de cada indivíduo, o turista poderá descobrir sua verdadeira personalidade, travar contatos com outros turistas, estabelecer relações com os habitantes do país receptor.

Figura 39 – Aprender a viajar – preparar e educar os seres humanos para a viagem



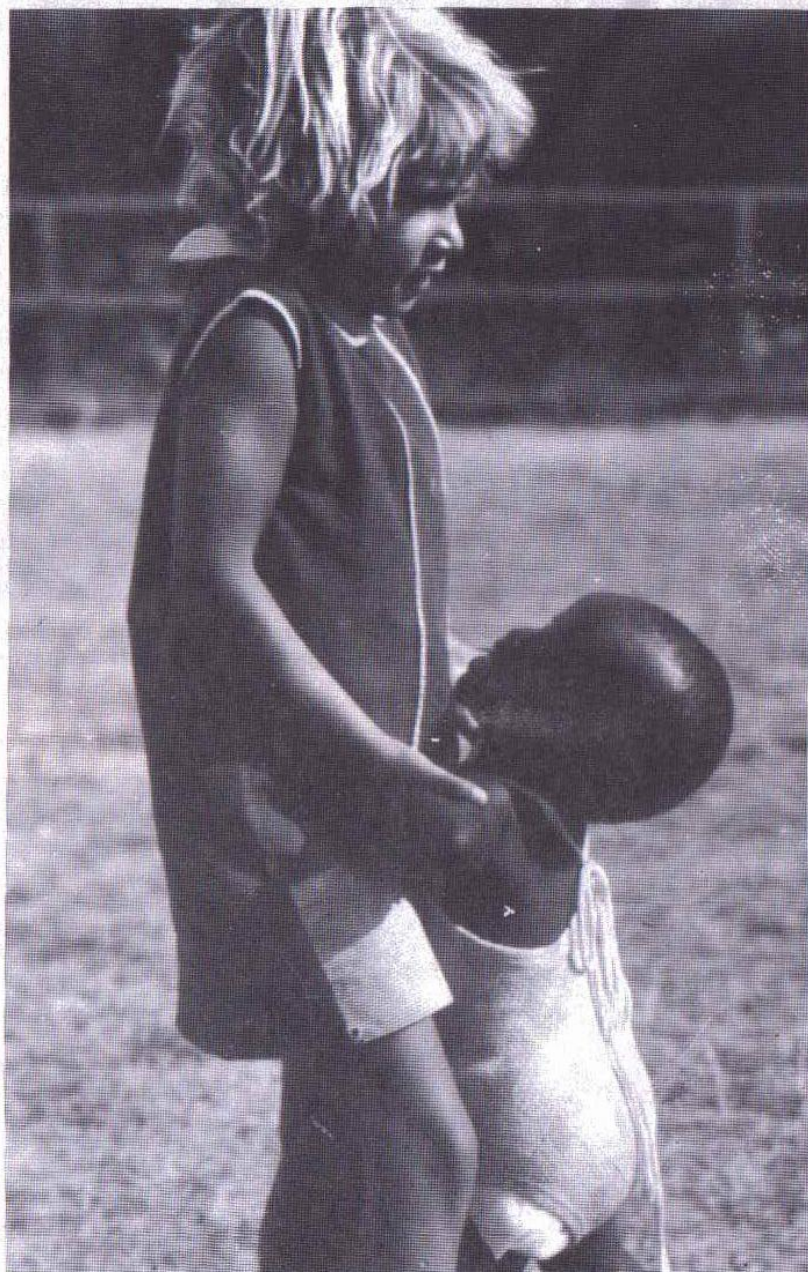
A animação enquanto educação à viagem. O ser humano, inibido pela vida cotidiana, tem necessidade de estímulos para receber as inúmeras possibilidades de lazer que lhe são oferecidas.



“A viagem é a vida — tal como a vida é uma viagem” (Jean Paul). Dar um passeio todos juntos. Integrar os excluídos.

A figura 40 representa o que Krippendorf diz ser o grande avanço – preparar o ser humano para a viagem desde a infância, e propõe uma campanha de utilidade pública, de grande alcance, intitulada “Aprender a Viajar”, envolvendo diversos setores e instituições públicas e privadas.

Figura 40 – Aprender a viajar – preparar e educar os seres humanos para a viagem



Preparar o ser humano para a viagem desde a infância. Exercitar-se na solidariedade, ao invés do egoísmo; à comunidade, ao invés do isolamento. Ir de encontro a algo, ao invés de fugir de algo. O turismo, como promotor de uma sociedade de aspecto humano? Por que não?

Krippendorf luta contra essa massificação dos lazeres móveis, visto como um produto que pode ser adquirido no mercado como qualquer outro estilo de vida da cultura do consumo. Para Krippendorf o caminho na busca da emancipação é gradativo, “os esforços de humanização empreendidos em muitos campos terão resultados a longo prazo, tanto no trabalho como no lazer, no cotidiano como nas viagens”.

Não podemos diminuir a relevância do turismo para o setor industrial, no entanto, podemos diminuir os impactos gerados. Nesse sentido mobiliza a sociedade na tentativa de humanizar o turismo, para que ele se torne uma experiência individual cotidiana. E ressalta que a chave da humanização da viagem é o novo ser humano [...] Um ser humano que se encontrou, tomou conhecimento das próprias motivações”. (KRIPPENDORF, 1989, p. 235).

EVIDÊNCIAS

No capítulo III apresentamos as questões acerca das motivações e dos comportamentos dos sujeitos enquanto turistas, a complexa relação entre viajantes e viajados, a determinação do econômico sobre o social, que padroniza e massifica produtos com objetivo de atender aos interesses econômicos de uma sociedade centrada no mercado. Assim, ao analisarmos o turismo de massa na concepção da teoria crítica, compreende-se o indivíduo como um consumidor, econômico, político e cultural. Porém, existem diferenças significativas entre o sujeito, seu cotidiano e seus habitus que estão para além da individualização do consumo. As práticas turísticas é o meio que o homem moderno encontrou para satisfazer seus desejos, reprimidos durante a rotina cotidiana. Ou seja, ocupar de maneira prazerosa o tempo em que não está sendo entregue às tarefas que lhe exige a sociedade. Nesse sentido o turismo é visto como uma possibilidade de fuga do cotidiano em direção ao reino imaginário da liberdade. Krippendorf ressalta que processo do turismo não é aquele do indivíduo que viaja, mas aquele da massificação do fenômeno em seu todo.

Concordo com Rüdiger (2004) ao afirmar que os entretenimentos das massas viabilizados pela indústria cultural possui um conteúdo emancipatório porque, permitem às massas desfrutarem de experiências, possibilitando assim, que o sujeito enxergue a si mesmo como massa, para que esse público tome a condução da vida sob suas mãos, ao invés de servir a um mecanismo bruto. Para Krippendorf a chave da humanização da viagem está no ser humano, o homem enquanto entidade absoluta. O significado dessa relação sujeito-objeto não deve ser reduzido apenas à entrega das massas a um modo de vida cada vez mais mecanizado. As experiências que essas massas consomem cada vez mais, para combater a desolação interior provocada pelo modo de vida urbano – cotidiano, não podem ser ignoradas e categorizadas.

A pesquisa foi guiada pela seguinte pergunta: a denominação do Turismo como turismo de massa representa uma categoria de análise na epistemologia histórica do fenômeno ou uma definição operacional para o atendimento da demanda do mercado de consumo de massa surgido pós 1960?

A pesquisadora compreende que a categoria turismo de massa, precisa ser compreendida e analisada dentro do contexto histórico-social que vivemos. Assim, questiona a teoria crítica frankfurtiana, pois, para eles a indústria cultural contribui para falsificar e manipular as relações e o comportamento do sujeito em suas práticas turísticas, criando a ilusão de felicidade social através do lazer. Para Krippendorf a indústria do lazer, se apodera do tempo livre do ser humano e cria necessidades e expectativas aos seus desejos. Assim, o tempo livre e as férias tornaram-se também uma indústria. Nesse sentido, as experiências individuais passam a ser mero produto da imposição produzida pela indústria cultural. Em oposição a esta teoria, entende-se que para cada sujeito as experiências e motivações são únicas e distintas. Desde a motivação que o levou a viajar, seu comportamento, até uma convivência mais próxima e participativa com os autóctones são individuais e únicas. Krippendorf tem esperança da reversão da massificação do turismo - o turista pode reivindicar para si o capital simbólico através de um discurso que enfatiza a busca de uma relação de troca menos mediada e mais direta e profunda com o outro e com a natureza. Os progressos científicos e tecnológicos não podem ser considerados os males de nossa época. A barbárie da indústria cultural mencionada pelos pensadores frankfurtianos, na verdade, tem sua origem na dinâmica histórica da economia de mercado.

Dessa forma, procuramos seguir o objetivo geral proposto que foi o de analisar as implicações da categoria “consumo de massa” ao definir turismo de massa e sua determinação, na abordagem do turismo na obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf. Assim, para Krippendorf a massificação é um objeto na busca do consumo, no período do processo industrial, que produz em grande quantidade inclusive na relação do prazer, do lúdico, do tempo, das férias e vai estabelecer isso nos lugares chamados turísticos. Na concepção da teoria crítica, os indivíduos foram se tornando passivos aos padrões da tecnologia, às leis do trabalho, à imposição da indústria cultural e dos meios de comunicação de massa. No entanto, a soma de todos os atos individuais resulta em clichês de massa. Dentro de nossa sociedade os “valores de ser” foram empurrados pelos “valores de ter”, ou seja, consumir, o consumo transformou-se na moral do mundo contemporâneo.

Como objetivos específicos alinhados às questões de pesquisas, foi possível observar que:

Compreender o reducionismo no tratamento do turismo como forma de consumo de massa em suas implicações ideológicas. Na perspectiva da indústria cultural o turismo é visto como mercadoria. O conceito de indústria cultural divulgado por Adorno e Horkheimer apresentado no capítulo 1, já faz parte do conceitual abordado pelas ciências sociais. Nesse sentido, o turismo ao ser transformado em mercadoria, perde suas características, para ser meramente um valor de troca. Ou seja, a indústria cultural é a forma pela qual o turismo é uma atividade organizada no contexto das relações capitalistas de produção, o destino é lançado no mercado como produto para consumo. O sistema da indústria cultural é pois, por isso tudo, cada vez mais o que seus primeiros pensadores tinham visto como sendo seu sentido essencial: a exploração mercantil organizada do lazer, do entretenimento e da experiência. Assim, a sociedade de consumo não deve ser vista apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também trabalha no sentido de informar e confrontar as pessoas com imagens-sonho que despertam desejos e fantasias individualizadas.

No contexto da teoria crítica o turismo de massa é explorado pelo mercado de consumo. A sociedade coloca à nossa disposição a indústria do lazer, que, de certa forma, faz o papel de amiga e conselheira. No entanto, não concordo com o caminho trilhado pela teoria crítica que pensa a uniformidade do consumo ditada pela produção, pois essa perspectiva esquece de investigar o uso e a recepção reais dos bens através de várias práticas conduzidas pelo sujeito. Porém, reconheço a predominância da indústria cultural enquanto sistema, que cotidianamente transforma manifestações culturais populares em mercadoria. Concordo com Rüdiger (2004) que ressalta a que categoria indústria cultural exprime o movimento real do capitalismo moderno e deve ser entendida como uma mediação formadora do processo de posição da subjetividade na sociedade.

Desvelar quais as características/similaridades ao consumo da indústria cultural reproduzidas na conceituação do turismo de massa a partir da obra Sociologia do Turismo de Jost Krippendorf. Para Horkheimer e Adorno (1985) a indústria cultural é a adaptação da cultura produzida para o consumo de massa, atendendo as necessidades do mercado ela é transformada em mercadoria. No turismo ela ocupa o espaço do lazer dos trabalhadores e cria a ilusão de felicidade. Usar a expressão "cultura de consumo" significa enfatizar que o mundo das

mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea. Adorno e Horkheimer (1985) definiram o homem moderno como um eterno consumidor sujeito a escravização da “indústria cultural”. É evidente que há uma certa uniformização da mensagem midiática mas, isto não nos permite deduzir que haja uniformização da recepção da mensagem. Por outro lado, é falso pensar que os meios populares seriam mais vulneráveis à mensagem da mídia. Estudos sociológicos mostraram que a penetração da comunicação da mídia é mais profunda nas classes médias do que nas classes populares.

Analisar as experiências que envolvem a relação sujeito-objeto nas práticas identificadas como turismo de massa. Há um paradoxo entre a experiência do sujeito-turista com seu tempo, individualizado e sua subjetividade, em relação ao processo de consumo do espaço turístico de forma massificada. Rüdiger (2004, p.278) diz que “o verdadeiro sujeito da indústria cultural, noutros termos, é o homem que, motivadamente, se auto-aliena, e não o indivíduo narcotizado de maneira insidiosa pela indústria cultural”.

O comportamento humano, ao contrário dos fenômenos naturais, não pode ser descrito e muito menos explicado com base nas suas características exteriores e objetiváveis, uma vez que o mesmo ato externo pode corresponder a sentidos de ação muito diferentes. (SANTOS, 2011). Ou seja, há uma necessidade de uma nova forma de emancipação da sociedade. Krippendorf busca alternativas e propõe alguns caminhos a serem trilhados para esta nova forma de emancipação das práticas turísticas. E transborda otimismo ao declarar:

Eu sonho com a realidade de uma busca da independência e da individualidade, associadas a uma crescente abertura aos valores não-materiais, como a saúde, o meio ambiente, a natureza o saber e a educação. Trata-se, pois, da transformação de um turista conduzido e manipulado em turista informado e experiente e, afinal, emancipado e maior - um ser humano que seja um consumidor crítico não apenas em casa, mas também durante a viagem. O novo turista exprime claramente as necessidades e se comporta de acordo com as mesmas. Forma-se, assim, um mercado de compradores em substituição ao mercado de vendedores, um mercado onde é o consumidor, e não mais o produtor, quem decide. (KRIPPENDORF, 1989, p. 134).

No entanto, todas as propostas de humanização do turismo levam a uma forma de emancipação, parafraseando o Krippendorf: o importante é começar, seja onde for.

Nesse processo, devemos considerar que as imagens apresentadas por Krippendorf, na primeira edição, demonstra a realidade das práticas turísticas. Indicamos, portanto, que os estudos voltados ao turismo de massa possam ser continuados, voltando-se a pesquisa da teoria crítica hoje. Além disso, outro aspecto apenas tangenciado na pesquisa, e que merece maiores desdobramentos, é o da relação da segunda geração da escola de Frankfurt e suas pesquisas.

REFERÊNCIAS

- ACERENZA, Miguel Ángel. **Administración del turismo: conceptualización y organización**. 4 ed. México: Trilhas, 1991.
- ADORNO, Theodor W.. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ADORNO, Theodor W. **Educação e Emancipação**. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- ANTISERI, Dario; REALE, Giovanni. **História da filosofia 6: de Nietzsche a Escola de Frankfurt**. São Paulo: Paulus, 2006.
- ANTISERI, Dario; REALE, Giovanni. **História da filosofia 6: de Nietzsche a Escola de Frankfurt**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2 ed. São Paulo: SENAC, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma Teoria da Prática**. In: ORTIZ, Renato (Org.). A sociologia de Pierre Bourdieu, São Paulo: Editora Ática, 1994, n. 39, p. 46-86. Coleção Grandes Cientistas Sociais.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Bauru, SP: Edusc, 2003.
- BRUYNE, Paul De. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os polos da prática metodológica**. 3 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1986.
- BURNS, Peter M.. **Turismo e antropologia: uma introdução**. Viçosa, MG: Chronos, 2002.
- CENTENO, ROGELIO ROCHA. **Metodología de la investigación aplicada al turismo: casos prácticos**. México: Trillas, 1992.
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação: teoria e ideologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.
- D'ANGELO, Marta. **Saber-fazer filosofia: pensadores contemporâneos - de Nietzsche a Gadamer**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2011.

- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEMO, Pedro. **Introdução a metodologia da ciência**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1985.
- DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- DEPREST, Florence. **Inquérito sobre o turismo de massa: a ecologia face ao território**. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- EMBRATUR. **Plano aquarela**. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/export/sites/lai/galerias/download/plano_aquarela_2020.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2016.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FREITAG, Barbara. **A teoria crítica ontem e hoje**. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W.. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- HORKHEIMER, M. **Teoria Tradicional e Teoria Crítica**. In: Textos Escolhidos / Max Horkheimer, Theodor Adorno; São Paulo: Nova Cultural, 1989.
- JAMESON, Fredric. **Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1992.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. 1 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LABBUCCI, Adriano. **Caminhar, uma revolução**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
- MARTINS, Carlos B.. **O que é sociologia**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- MATOS, Olgaria C.. **A escola de frankfurt: luzes e sombras do Iluminismo**. São Paulo: Moderna, 1993.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 1993.
- MOESCH, Marutschka M. **Construção metodológica dialética: Por Uma Epistemologia do Turismo (Dissertação Mestrado)**. Porto Alegre: PUCRS, 1999.
- MOESCH, Marutschka M. **Epistemologia social do turismo (tese de doutorado)**. São Paulo: ECA-USP, 2004.
- MOESCH, Marutschka M. **Para além das disciplinas: o desafio do próximo século**. In: GASTAL, Susana. BENI, Mário. CASTROGIOVANNI, Carlos. (Org.) Turismo: investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 2002.
- MOLINA, Sérgio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX: o espírito do tempo**. 9ed. Rio de Janeiro: Forence, 1997.

NETTO, José Paulo. **Introdução ao estudo do método de Marx**. 1 ed. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

NOBRE, MARCOS. **A teoria crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

PAVIANI, Jayme. **Epistemologia prática: ensino e conhecimento científico**. Caxias do Sul: Educs, 2009.

RÜDIGER, Francisco. A ESCOLA DE FRANKFURT E A TRAJETÓRIA DA CRÍTICA À INDÚSTRIA CULTURAL. **Estudos de Sociologia**, UNESP, v. 3, n. 4, p. 17-29, jan./jul. 1998. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/903/767>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

RÜDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade**. 3 ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.

RÜDIGER, Francisco. **A Escola de Frankfurt**. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 131-150.

SANTOS, Boaventura De Sousa. **Para um novo senso comum: a ciência, o direito e a política na transição paradigmática**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SANTOS, Boaventura De Sousa. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

SANTOS, Boaventura De Sousa. Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 2, n. 2, mai./ago. 1988.

SÁ, Sérgio De. **A reinvenção do escritor: literatura e *mass media***. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas**. 3 ed. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 7 ed. Lisboa: Presença, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.