

**IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL: Turismo  
responsabilidade social e ambiental  
III SEMINÁRIO DA ANPTUR  
07 e 08 de julho de 2006, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul/RS**

**O Turismo Moderno e o Turismo Pós-Moderno: considerações teóricas <sup>1</sup>**

Vera Maria Guimarães<sup>2</sup>

Professora da Universidade de Caxias do Sul

**Resumo**

Em relação às teorias sociais contemporâneas onde encontramos questões relativas ao fenômeno turístico, buscamos através deste artigo mapear algumas destas discussões, onde a compreensão do fenômeno turístico está associado a um conjunto de transformações decorrentes dos processos globais pelos quais as sociedades contemporâneas são afetadas. Neste sentido, assim como encontramos no debate contemporâneo, nas Ciências Humanas a discussão sobre a “modernidade” e a “pós-modernidade” como possibilidades de interpretação da realidade social, em relação ao turismo estas possibilidades de interpretação também se fazem presente. Neste contexto, não podemos analisar o fenômeno turístico dissociado das especificidades do mundo contemporâneo, em particular em torno das novas condições de mobilidade. Neste contexto a categoria “turismo” vem sendo desconstruída, a partir da necessidade de compreensão da complexidade da condição humana contemporânea, em contexto de turismo.

**Palavras-Chave:** turismo, modernidade, pós-modernidade

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT “Abordagem Histórico-Crítica do Turismo”, do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>2</sup> Socióloga, Professora pelo Departamento de Sociologia, da Universidade de Caxias do Sul/UCS. Doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina/UFSC (Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar). E-mail: veraguima@yahoo.com.br

### **O Turismo Moderno e o Turismo Pós-Moderno: considerações teóricas<sup>3</sup>**

Investigando-se o turismo como um fenômeno moderno, encontra-se, na literatura acadêmica, o debate entre modernidade e pós-modernidade. Isso significa que o turismo, assim como outros fenômenos estudados pelas Ciências Humanas, tem sido analisado como tendo um “antes” e um “depois”, ou seja, o turismo aparece como fenômeno da modernidade associado à industrialização e à produção em massa, mas passa, na contemporaneidade, a sofrer modificações, como reflexo das mudanças no processo produtivo capitalista mais global. Deste modo, pretende-se aqui, sistematizar, a partir de alguns autores contemporâneos, no campo das Ciências Sociais, algumas concepções sobre o turismo e o contexto no qual se insere este fenômeno.

John Urry, em obra publicada originalmente em 1990 (*The Tourist Gaze*), distingue o turismo de massa, típico da modernidade, e o que seria um “pós-turismo”. Essa obra tornou-se referência nos estudos do turismo, pois Urry, do ponto de vista mais sociológico, propunha uma abordagem mais acadêmica ao tema. Urry passa a utilizar uma expressão que introduziria novas questões na análise do turismo: trata-se do termo “*the tourist gaze*” (o olhar do turista, sendo que o termo “gaze”, em inglês, se refere a um olhar mais contemplativo, um olhar que fixa algo).

Caracterizando o turismo em termos de seus paradoxos, Urry (1996) destaca alguns elementos centrais que caracterizam esse fenômeno nas sociedades modernas: o turismo é uma atividade de lazer que pressupõe o trabalho regulamentado e organizado; envolve deslocamento através do espaço (a viagem) e um determinado período de permanência nos lugares visitados; são locais que não são os de residência ou trabalho, onde há sempre uma intenção de volta ao lar; os lugares visitados associam-se a motivações desvinculadas das relações de trabalho, envolvendo expectativas, através de devaneios e fantasias que são construídos por uma variedade de práticas não turísticas; aparece como importante condicionante das práticas turísticas o “olhar do turista”, construído através de um conjunto de signos.

A expressão “olhar do turista” constitui-se como importante reflexo das práticas turísticas na abordagem de Urry. Entretanto ele afirma que o turista não tem um único “olhar”, pois isso depende de contextos da sociedade, grupo social, história em questão, etc. Desse modo, não se pode falar de uma experiência universal para todos turistas em todas as épocas. Em qualquer período histórico, é um olhar construído em relacionamento com seu oposto “com formas não turísticas de experiência e de

---

<sup>3</sup> Este artigo é parte de minha Tese de Doutorado intitulada: “A Modernidade e os Encontros Turísticos: turistas na Barra da Lagoa”, pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas”,

consciência social”, especialmente baseadas no trabalho remunerado e no lar.<sup>4</sup> Portanto, há “olhares” relacionados ao turismo, fruto de diversas práticas sociais, onde não há “um” turismo, mas práticas turísticas diversas que tendem a apresentar características comuns, ou seja, padrões comuns.

Privilegiando em sua análise a questão dos “sentidos” do corpo na atividade turística (o sentido da visão, em primeiro lugar), Urry, em consonância com autores como Bauman, resgata a questão da ordem social, como típica da modernidade, e seus reflexos sobre a atividade turística.

Em função das dimensões contemporâneas do capitalismo, associadas à velocidade dos processos de produção e consumo, os deslocamentos humanos também são afetados. Desse modo, alguns autores destacam a questão da mobilidade como eixo importante de investigação da sociedade contemporânea. O turismo, enquanto forma de lazer, pode ser inserido na categoria “mobilidade”, fenômeno genérico que pressupõe várias formas de transporte, deslocamentos diários entre comunidades (como aqueles relativos ao trajeto casa—trabalho e vice-versa), e outras formas de viagens, assim como suas diversas inter-relações através de várias formas de comunicação (Lash, Urry, 1994).

Lash e Urry (1994), ao tratarem da questão da “mobilidade”, destacam que a experiência moderna paradigmática é aquela da rápida mobilidade freqüente, através de longas distâncias, e que essa mobilidade não é algo que apenas existe por si mesmo, mas que tem que ser desenvolvida e organizada, isto é, a mobilidade tem que ser socialmente organizada.

Dimensão fundamental desse processo é que, além de seu aspecto social, surtindo, portanto, efeitos sociais significativos, as rápidas formas de mobilidade têm radicais efeitos em como as pessoas de fato experimentam o mundo moderno na produção da subjetividade. Ainda, de acordo com Lash e Urry (ibid.), esses fatores incluem mudanças na sociabilidade e nas formas de se apreciar a natureza e outras sociedades. O crescimento da mobilidade também viabiliza, segundo os autores, condições de uma “modernização reflexiva”, onde a reflexividade não é apenas cognitiva ou normativa, mas também estética.

A estética torna-se mais perceptível através das várias possibilidades de deslocamento, seja através do deslocamento físico, seja pelo contato com diversos

---

pela Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>4</sup> Certos autores associam a viagem ao *status* na sociedade moderna. “Ser turista é uma característica da experiência ‘moderna’ ” (Urry, 1996).

signos. Lash e Urry afirmam, nesse sentido, que “People are tourists most of the time, whether they are literally mobile or only experience simulated mobility through the incredible fluidity of multiple signs and eletronic images” (1994, p. 259). Como decorrência desse processo, entendem os autores que, pela proliferação dos mesmos signos e imagens, as diferenças entre os lugares parecem ficar reduzidas. A mobilidade também possibilita, segundo eles, um crescente “cosmopolitanismo”<sup>5</sup>, o qual tem facilitado a organização social da viagem e do turismo.

Para Hannerz (1997), a questão do que é cosmopolita está vinculada a aspectos culturais, no sentido de “envolver relacionamentos com uma pluralidade de culturas consideradas entidades distintas”, mas, fundamentalmente, é uma questão de postura, pois afirma: “O cosmopolitismo mais autêntico é, acima de tudo, uma orientação, uma vontade de se envolver com o Outro” (p. 252). Alerta, entretanto, que isso também implica um viés narcisista, que visa assimilar aquilo que se adapta ao “eu”. Nesse contexto, as viagens internacionais, por si só, não tornam alguém cosmopolita. Por isso, cosmopolitas e turistas não se confundem, enquanto os primeiros querem participar do contexto visitado, os segundos não participam. Afirma Hannerz (ibid.) que o “[...] turismo, em grande parte, é um esporte de espectadores”.

As novas condições de mobilidade (Urry, 1996) indicariam a configuração de um “pós-turismo”, associado à presença difusa de signos, em todos os lugares. Harvey (1996), ao situar as principais tendências do capitalismo, também destaca a importância dos signos, onde vivemos numa dimensão da “compressão do tempo/espço”, em que se consome mais símbolos e imagens do que propriamente coisas (a publicidade e a mídia adquirem dimensão especial nesse contexto).

Urry (1996), nesse contexto, utiliza-se do termo “pós-modernidade”, referindo-se a um novo paradigma cultural. É um termo que, dentre outras coisas, traduz a presença de “[...] um sistema de signos ou símbolos específicos no tempo e no espaço”. Para ele, enquanto a modernidade se refere ao processo de diferenciação, a “[...] pós-modernidade, ao contrário, envolve a desdiferenciação [...]” (1996, p. 120).

O destaque dos aspectos simbólicos do turismo aparece também em Bauman (1999a). Bauman refere-se ao consumo, no contexto onde tendemos a nos tornar “acumuladores de sensações”, contudo esse processo também está associado à mobilidade, isto é, acumular sensações exige mobilidade. O turismo, nesse sentido,

---

5

O cosmopolitanismo é entendido, por Lash e Urry (1994), como habilidade de o indivíduo experimentar, discriminar e se arriscar em diferentes naturezas e sociedades, historicamente e geograficamente.

tem passado, então, a ser analisado pelos cientistas sociais a partir da questão do consumo, ao invés da produção (Meethan, 2001).

As formas assumidas pelo consumo relacionam-se ao processo de globalização em curso, que compreende a integração/divisão e a territorialização.<sup>6</sup> Nesse quadro, a liberdade de movimento cumpre um papel fundamental. Tendo em vista a atual importância da “mobilidade”, segundo Bauman (1999a), no mundo atual, “[...] a mobilidade tornou-se o fator de estratificação mais poderoso e mais cobiçado”. Trata-se de uma nova habilidade a ser adquirida (Bauman, 1998). Tudo que se fixe deve ser evitado, sugere o autor. Em “O mal-estar da pós-modernidade”, o estranho para Bauman parece refletir-se na figura do viajante (em especial, o turista, que Bauman utiliza como metáfora representativa da “pós-modernidade”), onde estes não pertencem ao lugar visitado, guardando sua distância, sempre prontos para partirem repentinamente. Assim como o consumo, isso também é um jogo: poder mudar “[...] quando as necessidades impelem, ou os sonhos o solicitam”; é o “jogo da mobilidade”, é estar de passagem sem precisar comprometer-se com o lugar e seus habitantes. Afirma Bauman (1998, p. 114), nesse sentido:

*O eixo da estratégia de vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se – mas evitar que se fixe. [...] A figura do turista é a epítome dessa evitação. [...] os turistas podem sair de novo a caminho, de uma hora para outra, logo que as coisas ameaçam escapar de controle, ou quando seu potencial de diversão parece ter-se exaurido, ou quando aventuras mais excitantes acenam de longe: o nome do jogo é mobilidade: a pessoa deve poder mudar quando as necessidades impelem, ou os sonhos o solicitam. A essa aptidão os turistas dão o nome de liberdade, autonomia ou independência, [...]*

Uma forma, então, de estratificação que se particulariza na “sociedade pós-moderna de consumo” é o grau de mobilidade das diferentes classes — “[...] sua liberdade de escolher onde estar”.<sup>7</sup> Os que podem ser “globalmente móveis” podem transpor espaços reais ou virtuais, mas há, entretanto, nos dizeres de Bauman, uma “localidade amarrada”, sem possibilidade de mobilidade, personagens “[...] fadados a suportar passivamente qualquer mudança que afete a localidade onde estão presos, [...]” (Bauman, 1999a, p. 96). Para esses, aumentam os controles de deslocamento, de ocupação, de espaço/circulação: “O que se aclama hoje como ‘globalização’ gira em

---

6

“A idéia de viajar vem penetrando de tal forma na mente do homem moderno, que cada vez mais se fortalece como uma conquista, um direito, uma possibilidade, um consumo. Pode-se afirmar que a viagem é hoje um dos grandes consumos criados no contexto da sociedade, sobretudo pela propaganda, pela mídia globalizada que internacionaliza o propiciamento do turismo” ( Coroliano in Rodrigues, 1999a, p. 120).

<sup>7</sup> Parafrazeando Bauman (1999a, p. 94): “Todos nós estamos condenados à vida de opções, mas nem todos temos os meios de ser optantes”.

torno dos sonhos e desejos dos turistas. Seu efeito secundário — *colateral*, mas inevitável — é a transformação de muitos outros em vagabundos” (1999a, p. 101). Os vagabundos são viajantes que não têm o direito de serem turistas, mas também não lhes é permitido ficarem parados.

Para Bauman, “[...] liberdade veio a significar acima de tudo liberdade de opção, e a opção adquiriu notoriamente uma dimensão espacial” (1999a). Essa situação traz mudanças significativas para as identidades de homens e mulheres: a questão da liberdade estaria associada ao que o autor chama de “mal-estar da pós-modernidade”.<sup>8</sup> Todos podem desejar ser consumidores, mas nem todos podem sê-lo. Para Bauman (1999a), consumir associa-se a estar em movimento, num panorama onde as opções nos rondam constantemente, mas não são todos que podem ter meios de optar.

Bauman (1999a) coloca a possibilidade de que todos podem se tornar andarilhos, “de fato ou em sonho”, de acordo com o grau de liberdade de que dispõem. Isso significa que encontramos um contingente de pessoas, dos mais diferentes lugares, que se movem, por necessidade (guerras, trabalho, epidemias, etc.) ou por desejo (viagens à lazer, etc.).

Ao considerar o turismo como um eixo de representação da sociedade contemporânea, Bauman<sup>9</sup> separa o turismo, como metáfora para a vida contemporânea, do turismo como certo tipo de atividades. Ao falar de turismo ou turistas como metáforas, o autor refere-se a aspectos da condição de turista ou à experiência que implica estar-se em algum lugar temporariamente, não se pertencer ao lugar, não se estar encerrado em algum lugar. Isso existe, ao mesmo tempo em que as pessoas estão inseridas na companhia de outras, todos os dias, no seu cotidiano, nos lugares em que se vive ou se trabalha. Essa característica da vida contemporânea é o que Bauman (ibid) chama de “*tourist syndrome*”.

A “síndrome do turista” tem como características a perda dos laços com o lugar (físico, geográfico, social); isto é diferente da expectativa da “modernidade sólida”, do tipo “nos encontraremos novamente”. Segundo Bauman, esse tipo de expectativa faz as pessoas esforçarem-se, elaborarem uma forma de viver, criarem regras..., do contrário, não há razão para se esforçarem; as regras só são necessárias quando a relação é

---

<sup>8</sup> De acordo com Bauman: “Os mal-estares da modernidade provinham de uma espécie de segurança que tolerava uma liberdade pequena demais na busca da felicidade individual. Os mal-estares da pós-modernidade provêm de uma espécie de liberdade de procura do prazer que tolera uma segurança individual pequena demais” (1998, p. 10).

<sup>9</sup> Ver entrevista de Bauman a Adrian Franklin (2003).

durável, o contrário, é como os turistas fazem; não ser do lugar, faz do turismo uma “boa metáfora”.

A síndrome também está associada a um consumo insaciável, o que Bauman chama de “*grazing behaviour*”, uma espécie de comportamento de pastoreação, que assim é explicado por ele: quando as ovelhas estão no prado e toda a grama é comida, não há por que ficarem, então, se movem, ou são movidas. Isso não quer dizer que os turistas acabam com tudo o que há nas prateleiras, onde chegam, mas que têm uma saciedade de coisas diferentes, seu único propósito é o consumo de uma sensação agradável, e, quando isso define, vai-se em busca de outra relação do mesmo tipo que a anterior (Bauman chama isso de uma “relação pura”). A experiência turística, reforça Bauman, implica que as relações estabelecidas pelos turistas onde vão são frágeis. Por essas questões e muitas outras, o turismo, de acordo com ele, é um tema válido para a Sociologia.

Retomando-se os temas da “modernidade líquida” de Bauman, o turista como metáfora da “pós-modernidade” ou “modernidade líquida”, representa a fragilidade das relações contemporâneas, o desolamento, o descompromisso, a fluidez, onde também não há expectativas de futuro, nem há passado.

Para ele, “turistas e vagabundos” são dois pólos de um contínuo, onde expectativas estão depositadas. Não é preciso se mover para ser um vagabundo, pois, mesmo se ficando no mesmo lugar, o lugar já não é mais o mesmo. Na análise de Bauman, as possibilidades de mobilidade (deslocamento físico) são uma questão-chave da experiência moderna, e, dessa forma, na natureza do turismo, está a mobilidade, por isso, também o turismo e o turista são metáforas adequadas.

Appadurai (1994) também se refere à fluidez da condição contemporânea, e os turistas estão presentes nas dimensões que ele se utiliza para expressar os novos fluxos da cultura global. Appadurai entende que se trata de “[...] uma ordem disjuntiva, superposta e complexa, que não pode mais ser interpretada em termos dos modelos de centro e periferia existentes”. Para analisar essas disjunções, ele nomeia cinco dimensões desse processo, assim denominadas: etnopanoramas, midiapanoramas, tecnopanoramas, finançopanoramas e ideopanoramas, panoramas, que tendem, segundo ele, a formas fluidas e irregulares. Os turistas estão presentes no etnopanorama. O etnopanorama refere-se ao “[...] panorama das pessoas que constituem o mundo em transformação em que vivemos: turistas, imigrantes, refugiados, exilados, os que trabalham fora do país de origem [...]”. É a realidade do movimento “[...] à medida em

que um maior número de pessoas e de grupos se ocupam com as realidades de ter que movimentar-se ou com as fantasias de querer movimentar-se” (p. 313).

Nesses termos, as dimensões contemporâneas da modernidade são associadas à fluidez, o que também se refletiria no turismo. Entretanto as novas condições de mobilidade e do turismo levam alguns estudiosos a questionarem o uso da própria categoria “turismo”.

### **A Categoria de análise “turismo” e sua desconstrução**

Chris Rojek (2000), ao analisar o turismo contemporâneo, identifica limitações nas formas pelas quais o turismo pode ser apreendido. Rojek parte da caracterização das etapas da modernidade, denominadas por ele “Modernidade 1” e “Modernidade 2”. A “Modernidade 1” tende a enfatizar que a vida poderia ser organizada em torno de princípios consistentes e racionais, enquanto a “Modernidade 2” acentua o irracional como consequência de ações racionais, trazendo a impossibilidade de se planejar ou gerenciar a vida social (ibid.).

Na fase da “Modernidade 1”, que corresponde ao que Lash e Urry denominam como período do “capitalismo organizado”, era possível distinguir mais claramente as práticas sociais, como o turismo, enquanto prática específica que envolvia claramente delimitações no tempo e no espaço. Essas delimitações atualmente se encontrariam mais diluídas, tendo em vista os impactos do processo de globalização.

O turismo, nesse contexto, segundo Rojek e Urry (2000), torna-se uma categoria problemática, particularmente nas últimas três décadas, pois seu significado deriva de outro(s) termo(s) com o(s) qual(quais) é contrastado, em especial, o contraste trabalho/lazer. O turismo, como prática e discurso, envolvia clara especificação no espaço e no tempo. Esse tipo de organização envolvia a centralidade do relógio-ponto na sociedade. Contudo, no contexto atual, da “segunda modernidade”, as fronteiras entre turismo e outras dimensões da sociedade tornam-se difusas (Rojek; Urry, 2000).

Nessas condições, de acordo com Rojek e Urry, a sociedade estaria passando por um processo de “culturalização”, que implicaria a diluição das fronteiras entre as esferas sociais e culturais. Assim, a categoria “turismo” não pode ser facilmente operacionalizada, basicamente por falta de contextualização da atividade turística em virtude de mudanças recentes no capitalismo (ibid.).

Nesse sentido, a cultura, cada vez mais, permearia as práticas turísticas. Como exemplo, Rojek e Urry citam o crescimento do turismo cultural e também o crescimento de signos que adquirem significado para o *design* e *marketing* dos sítios turísticos.

Urry (1996) afirma que o turismo está perdendo suas especificidades, e o olhar do turista vai se tornando mais universal, “[...] as pessoas são ‘turistas’ boa parte do tempo, quer gostem ou não. O olhar do turista é, intrinsecamente, parte da experiência contemporânea, da pós-modernidade, [...]” (p. 118).

Nos contextos de maior mobilidade, Rojek e Urry (2000) alegam que a “cultura”, por sua vez, que é produzida e consumida por turistas pode não ser tão obviamente artificial ou projetada (ideal) como se costuma pensar, onde as culturas são remodeladas como resultado de diversos tipos de fluxos (migrações, turismo de massa, etc.) .

Tendo em vista esses constantes fluxos, Rojek e Urry (ibid.) consideram que esse aspecto implica grande desafio para uma compreensão da viagem na sociologia do turismo. O que está em jogo é o questionamento da posição dominante de que o turismo seria interpretado como uma questão de busca pela autenticidade. Essa busca pela autenticidade significaria uma contraposição ao ordenamento do cotidiano, em que, através do turismo, é que teríamos a chance de expressar, de fato, sentimentos “reais”. Para esses autores, esse tipo de afirmação não poderia mais se sustentar, no sentido da idéia de uma cultura do turista que existiria em claro contraste com o resto da sociedade.

Em especial, neste início de século, em que a velocidade de imagens e signos é mais rápida, Rojek e Urry, buscando analisar as complexas conexões entre turismo e mudança cultural, destacam que há variações no ritmo com que as culturas “viajam”, sentido no qual se considera a importância do contexto social e cultural no qual as pessoas tomam decisões para viajar.

Para Chris Rojek (2000), o turismo não é um “escape” do cotidiano, mas, mais do que isso, fornece uma diferença cultural na qual a rotina cotidiana é contrastada e desenvolvida: “The return to the familiarity and order of everyday life is the prerequisite of enjoyable tourist experience” (p. 70).

O turismo também reflete os paradoxos da “condição moderna”. Em relação à oposição entre “comum” e “extraordinário”, adverte Rojek que se trata de uma relação culturalmente construída. O prazer e a excitação que sentimos em viajar (*touring*) são em parte associadas às mudanças de regras praticadas em nossas culturas de domínio com regras de contraste. Ressalta Rojek que o contraste, por si mesmo, é prazeroso.

A interpretação da experiência turística, como busca da autenticidade, ainda tem predominado, segundo Rojek e Urry, como nos trabalhos de Krippendorf e de

MacCannell. Contudo, a busca pela autenticidade como eixo-chave da atividade turística é um ponto que vem sendo revisto na literatura.

A questão da autenticidade também é contestada por Ritzer e Liska (2000), eles alegam que há uma tendência e necessidade de as pessoas quererem a previsibilidade em suas férias, onde muitos turistas querem coisas familiares, eficientes, calculáveis e controladas (os autores referem-se a uma tendência de “McDonaldização” do turismo, no sentido da racionalização das práticas turísticas). Assim, o crescimento da diversidade de formas de viagem não acabaria com a necessidade de padronização, mas, apenas, seus princípios seriam aplicados a nichos de mercado menores.

Meetham (2001)<sup>10</sup> reforça esse tipo de análise, afirmando que não se pode negar que muitas de nossas experiências de lazer e férias são, em maior ou menor extensão, controladas: as pessoas tenderiam a buscar segurança, eliminação de riscos e incertezas. Entretanto afirma que nem todas as formas de turismo seguiriam esse padrão.

Meethan apresenta, como argumento central, que o turismo, no contexto de globalização, faz parte, atualmente, de um processo de mercantilização e consumo inerente ao capitalismo moderno, que envolve fluxo de pessoas, capital, imagens e cultura. Diferentemente de outras formas de mercantilização, no turismo, o lugar da produção é o lugar do consumo: turistas devem viajar para consumir, e o que consomem é seu destino (dentre outros aspectos). O desenvolvimento de um espaço específico para o turista pode ser visto como uma consequência da diferenciação inerente à modernidade.

Independentemente do uso dos termos “modernidade” ou “pós-modernidade”, percebe-se um conjunto de aspectos que vem sendo considerados na análise do turismo associados à condição humana contemporânea. Isto também tem significado uma desconstrução da categoria de análise turismo, o que também implica a necessidade de um olhar mais interdisciplinar sobre este fenômeno.

---

<sup>10</sup> Meethan, destaca, em sua publicação “Tourism in global society; place, culture, consumption”, que, em vista dos impactos da globalização, há maior necessidade de uma abordagem interdisciplinar do turismo e busca, para tal, aportes da Sociologia e da Antropologia, sem desconsiderar a contribuição da Geografia Humana, em relação ao significado do “lugar” e das mudanças culturais. O autor pretende, com isso, construir uma direção teórica mais interdisciplinar no estudo do turismo, não acreditando que se possa aplicar uma teoria “geral” que dê conta da variedade de atividades e fórmulas que assume este fenômeno. Há necessidade de se analisar, segundo sua proposta, a interação dos planos micro e macro desse fenômeno, por exemplo: quais os reais modelos de demanda e consumo, motivações e valores dos turistas e como tais demandas afetam as comunidades visitadas em termos de seus valores culturais, dentre outros aspectos.

### **Considerações finais**

Procuramos demonstrar alguns eixos de discussão, a partir do campo das Ciências Sociais, sobre as dimensões contemporâneas do turismo a partir do debate acadêmico em torno das questões da modernidade e pós-modernidade. Em vista dos processos de globalização, alguns autores se utilizam da categoria “mobilidade” para redimensionar o entendimento do fenômeno turístico nas sociedades contemporâneas. Nesse contexto, o turismo, enquanto categoria de análise vem sendo problematizado, em vista da complexidade da condição humana contemporânea, da qual os processos turísticos fazem parte.

Percebe-se, nesse sentido que os fenômenos relacionados ao turismo são de natureza ambígua e afetam tanto os planos macro como micro das relações sociais. Trata-se de um contexto, onde as novas dinâmicas da sociedade contemporânea necessitam de uma abordagem que ultrapasse os limites da disciplinaridade.

Além da Sociologia, áreas como a Antropologia e a Geografia Humana têm contribuído para repensar o turismo enquanto um fenômeno relacional, questões que ficam em aberto para futuros debates.

### **Referências Bibliográficas**

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia global. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

BAUMAN, Zygmunt *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999a.

BAUMAN, Zygmunt *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999b.

BAUMAN, Zygmunt *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

FRANKLIN, Adrian. The tourist syndrome; an interview with Zygmunt Bauman, *Tourist Studies*. v. 3(2), 205-217, 2003.

HANNERZ, Ulf. Cosmopolitas e locais na cultura global. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1997.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. 6ª ed. São Paulo: Loyola, 1996.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LASH, Scott; URRY, John. Mobil objects; Mobility, modernity and place; Reflexive objects. In: LASH, Scott; URRY, John. *Economies of signs & space*. London: Sage Publications, 1994.

MACCANNELL, Dean. *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press, 1999.

MEETHAN, Kevin. *Tourism in global society: place, culture, consumption*. Palgrave Publishers Ltd., 2001.

RITZER, George, LISKA, Allan. “McDisneyization” and the “post-tourism”; complementary perspectives on contemporary tourism. In: ROJEK, Chris, URRY, John (ed.). *Touring cultures: transformations of travel and theory*. London: Routledge, 2000.

ROJEK, Chris, URRY, John. Transformations of travel and theory. In: ROJEK, Chris, URRY, John (ed.). *Touring cultures: transformations of travel and theory*. London: Routledge, 2000.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1996.