

Turismo hedonista: um segmento pós-moderno de viagens aliadas ao prazer

Dario Luiz Dias Paixão¹

Resumo: Profundas transformações ocorrem no mundo das viagens, do turismo e do entretenimento. As pessoas não querem mais simplesmente olhar a paisagem, querem fazer parte dela. Neste contexto, surge o hedonismo como um ideal de autenticidade suscetível de ser considerado como moral ou ético e que tem implícito a aspiração a uma existência melhor e mais elevada, relacionada com os projetos de auto-realização pessoal decorrentes da pós-modernidade. Este artigo trata-se de um breve estudo documental histórico e epistemológico sobre a relação viagens, turismo, prazer e hedonismo; elementos que constantemente recriam-se para gerar sensações na exigente demanda turística pós-moderna.

Palavras-chave: turismo hedonista; prazer; sensações; demanda turística; pós-modernidade.

1. O turismo hedonista e o prazer segundo os gregos antigos

O turismo hedonista é o turismo das sensações. Valoriza a criatividade e o prazer. Pode ser conceituado como o deslocamento individual ou em grupo para além de sua localidade de residência e que se prolongue por mais de 24 horas e menos de 365 dias, utilizando-se de uma oferta diversa e variada para alcançar momentos de prazer por meio de uma atmosfera de liberdade e aventura, magia e fantasia, risco e medo. Trata-se de um tipo de turismo que está centrado na demanda, cuja motivação é baseada em emoções e não em normas sociais.

O turista hedonista na busca de seu “eu” interior, divide-se entre criar e recriar seus próprios mundos – seu espaço de exploração –, desafiando mistérios e vencendo medos. Testa-se, garimpa a si mesmo, desafia-se, visando como recompensa apenas o prazer de um dia ter estado num lugar exótico ou inóspito, à procura de experiências únicas e místicas, união com o divino ou jornadas transcendentais.

¹ Universidade Positivo. E-mail: turismo@up.edu.br

Figura 1 – O turista quer fazer parte da paisagem – Ilha de Santorini – Grécia



Foto: Dario Luiz Dias Paixão, 2005.

Embora um número crescente de bens, equipamentos e serviços turísticos surja a cada dia para satisfazer esta demanda de características pós-modernas, desde a Antiguidade, sobre o hedonismo, os filósofos mantêm exasperada discussão. A polêmica a respeito dos prazeres leva em consideração as dores, as ansiedades da morte, o consumismo e o pecado. Sob dois ângulos distintos, os antigos buscaram explicar o hedonismo: a primeira modalidade toma o prazer como critério das ações humanas e a segunda considera o prazer como único valor supremo.

No hedonismo (de origem grega, *hēdonē*, prazer), as ações podem ser medidas em relação ao prazer e a dor que produzem. Como doutrina, surgiu cedo na história da filosofia. Vivendo entre 390 e 338 a.C., Eudoxo de Cnido (atual Tekir, Turquia) —, aluno de Pitágoras, parece ter sido o primeiro a considerar o prazer como o bem supremo de todos os seres. Passa para a história não só como o astrônomo que calcula ter o ano 365 dias e 1/4, mas também, reconhecido por muitos, como o filósofo que funda o hedonismo.

Na tradução de Lorencini & Del Carratore (2002), Epicuro de Samos não identifica a felicidade com o prazer imediato. Apesar de considerado vulgarmente como propulsor da devassidão e da sensualidade, de modo inverso, o epicurismo representa uma norma de vida voltada para a ordem e a espiritualidade. Epicuro defende, com serenidade, ser a saúde o mais importante dos prazeres do homem (SANTORO, 2007). Na mesma época de Epicuro, Aristipo, rico filósofo de Cirene (hoje Shahhat, Líbia), debate, na corte de Dionísio de Siracusa, que o homem ao longo da vida acumula prazeres isolados – passados e futuros –, a que denomina felicidade. Inspirado em Anaxágoras de Clazomene, mestre de Sócrates, Aristipo revela a existência de dois estados da alma: o prazer, como evolução suave e a dor,

como movimento brusco. E, como fim supremo, justifica que o prazer – movimento calmo – traz por resultado a sensação. Fundador da escola cirenáica, também chamada hedonista, Aristipo prega que somente o presente é real e nos pertence. Não o momento passado, nem o futuro, pois, para o sábio, um já se desfez e o outro não se sabe se virá (SANTORO, 2007, p.60).

Daí os cirenáicos considerarem irrelevantes tanto a riqueza quanto a pobreza para o cômputo dos prazeres do instante (SANTORO, 2007). Aristipo via a necessidade do controle racional sobre o prazer como forma de evitar a dependência. Rompendo com a posição socrática, deixa claro que o prazer é sempre um bem, qualquer que seja a fonte de onde derive, ou seja, a virtude da ética dessa escola era o hábito de bem gozá-lo. Apesar de sua obra original ter sido perdida, ainda é possível entender as hipóteses de Aristipo, graças aos comentários de outros autores, malgrado arregimente com facilidade bom número de adversários. Fédon o qualifica de “perfumado”, enquanto o dileto discípulo de Sócrates, Xenofonte, e o sobrinho de Platão, Espeusipo, parecem concordar com Antístenes, da escola cínica, ao bradar na Ágora: “Antes ficar louco do que sentir prazer” (ABBAGNANO, 1982, p.116).

Enquanto para Aristipo, o prazer do instante é via de virtude, imperativo de independência pessoal e de procura do bem, para os cínicos liderados por Antístenes são males capazes de distrair ou afastar o homem da virtude. Em suma, de acordo com Santoro (2007, p.60), para os cirenáicos “a fruição do prazer é o bem supremo, e a felicidade é o acúmulo de prazeres isolados ao longo da vida”.

Na retórica, Aristóteles traz “o prazer como um certo movimento da alma e um regresso total e sensível ao estado natural” (MARQUES, 2001, p.85), tendo a dor como contraponto para o meio-termo. Para Domingues (1997), assumir a busca da felicidade e do prazer de viver, da forma mais humanizada quanto possível, parece ser o projeto da ética aristotélica. Aristóteles traz em primeiro lugar os valores que são dignos de felicidade, depois os de admiração, em seguida, os de amor e, por último, o honorável, o belo e tudo o que não é mau. “Discorda dos estóicos e não concorda com os epicuristas, uma vez que os primeiros identificam o prazer com o que é vil e os segundos confundem incondicionalmente o prazer com o bem” (MARQUES, 2001, p.87).

Prazer e dor dialogam na ética aristotélica, pois amar e odiar as coisas certas constitui o aspecto mais importante da virtude do caráter, embora o prazer seja um elemento da vida

feliz. Marques (2001, p.89) ao comentar a primeira parte do Livro X (o último) da *Ética a Nicômaco*, esclarece que “a felicidade, por certo, não se confunde com o prazer, pois, na prática, o que dá prazer a certas pessoas, provoca dores em outras”. A capacidade de discernir entre o bem e o mal e escolher o caminho da realização, da felicidade, tornou-se entre epicuristas e estóicos, motivo de inúmeras discussões na Academia de Platão e mais tarde no Liceu de Aristóteles, onde os valores humanos foram estudados numa hierarquia de valores. Segundo Comte-Sponville (1999), em *Górgias* (491e-492c), Sócrates pergunta a Cálicles se os poderosos governam com autodomínio e temperança. Cálicles responde que os mais hábeis são os que satisfazem as paixões, dando início a uma discussão sobre a melhor forma de viver: a do hedonismo ou da temperança? O filósofo sublinha que a temperança tem por objeto regular os desejos mais necessários à vida do indivíduo (beber, comer) e da espécie (fazer amor), que são também os mais fortes e, portanto, os mais difíceis de dominar.

Como conseqüência, tem-se que Sócrates chama a atenção para o fato de o hedonista estar sempre insaciado. Neste particular, é possível se perceber certo conflito entre os hedonistas e os intelectuais socráticos no seio da própria Academia (COMTE-SPONVILLE, 1999).

2. O prazer na Roma Antiga e a Igreja

Os banhos medicinais na Roma antiga, além de apropriados para o descanso, serviam para divertimento e higiene, onde os romanos, todos os dias, trocavam boatos, distraiam-se e entregavam-se ao prazer. Os banhos de Agrippa, hoje desaparecidos, são os primeiros exemplos da concepção monumental das termas romanas dos séculos II e III, com destaque para as de Diocletianus e Caracalla (PAIXÃO, 2005).

Segundo Gibbon (2001), onze aquedutos traziam diariamente 1,3 bilhão de litros de água fresca das montanhas para a capital. O escritor militar Sexto Júlio Frontino (40-103 d.C.), em sua obra *De aquis urbis Romae*, explica sobre a construção de quatorze aquedutos que abasteciam 856 banhos privados de Roma, além dos cuidados com as termas, capazes de conter 300 milhões de galões de água potável. À medida que as termas públicas cresciam em importância, aumentavam as críticas contra elas, por estarem na contramão do cristianismo. De centros para uma vida saudável, passaram a ser combatidas como fator de degeneração dos

costumes. Ainda assim, os banhos e os jogos mantinham raízes profundas nos usos e costumes das *gens* (famílias) na busca de prazer (GIBBON, 2001).

Clemente de Alexandria e São Cipriano pregaram contra a corrupção dos costumes nos banhos públicos mistos, e, no século seguinte, o IV d.C., no Concílio de Laodicéia, a Igreja recomendou que clérigos e fiéis não freqüentassem banhos abertos, centros do hedonismo e do pecado (PAIXÃO, 2005).

De acordo com Marcuse (1997), desde Platão, passando por Aristóteles, até Kant e Hegel, muitos foram os que se opuseram frontalmente às teses hedonistas. Porém, é na Igreja que os defensores do hedonismo vêem seu mais fervoroso opositor. As origens morais e teológicas regem a sociedade ocidental. Santo Agostinho, o doutor da Igreja, comparava a vida a uma viagem que tem um destino certo, onde o caminhante não deve se desviar nem por um instante da rota certa (BROWN, 2005).

Ao longo da história, quando a Igreja percebe a heresia – o demônio – ganhar espaço, logo acena para as ovelhas desgarradas. O pontífice atual, por exemplo, vê no retrovisor da história o hedonismo como responsável pela perda de espaço do catolicismo no Brasil. Com os bancos das igrejas se esvaziando, a sociedade busca respostas na sofisticação tecnológica e se depara com o fenômeno do individualismo, da solidão por opção e do hedonismo como fonte de felicidade. Para Joseph Ratzinger, o hedonismo divulgado na cultura da chamada sociedade do bem-estar, ameaça a cultura da vida. Em seu discurso, atribui ao hedonismo, ao niilismo e ao proselitismo de seitas a causa do enfraquecimento da vida cristã (RATZINGER, 2007).

Ao analisar o campo religioso contemporâneo no Brasil, Sanchis (1994, p.36) observa:

a Igreja Católica está perdendo o seu caráter de definidor hegemônico da verdade e da identidade institucional no campo religioso brasileiro, pois, na busca da diversificação religiosa – de 1994 a 1980 – o número de católicos caiu de 80% da população, para 74,9%.

Segundo as estatísticas da Santa Sé, o país tinha em 2005 mais de 155,6 milhões de católicos, o equivalente a 84,5% da população daquele ano. A estimativa contrasta com a do IBGE, que em seu censo de 2000 calculou que 73,8% dos brasileiros – cerca de 125 milhões de pessoas – eram católicas (www1.folha.uol.com.br). Mesmo antes de dom Cláudio Hummes ter sido nomeado prefeito da Congregação do Clero, órgão que supervisiona 400 mil padres católicos em todo o mundo, ele já havia admitido estimativas mais modestas para o número de

católicos no Brasil. Dom Cláudio tornou pública a pesquisa de 2005, realizada pela CNBB, nas capitais dos estados brasileiros, onde consta que o país tinha 67% de católicos (www.bbcbrasil.com).

O Papa não desconhece que o Rio de Janeiro é a capital da América Latina que mais se afasta do catolicismo – logo a cidade do ‘melhor carnaval do mundo’. Conforme Ratzinger (2007), na carta de Paulo a Timóteo, ele vê a violência generalizada, a adoração a Satanás e o hedonismo como o altar principal da sociedade daquela época. Portanto, a preocupação do teólogo alemão, ao que parece, não é tão recente.

No ensaio *O Orgasmo e o Ocidente: uma história do prazer*, Muchembled (2007) conta a história do corpo escondido, dos desejos proibidos e da carne blindada pelos tabus. Antes, Muchembled (2002) já tinha tirado a máscara do diabo na sociedade ocidental e discutido as transformações que sua imagem diabólica sofre ao longo do tempo, uma vez que é o imaginário do século XVII que produz um demônio poderoso, oriundo da renhida disputa na Contra-reforma.

Antes de Gräfenberg (1950) descrever o ponto G como uma enervação que fica na parede posterior da vagina e que uma vez estimulada produz ondas de prazer intensas, capazes de levar a mulher a orgasmos múltiplos, quem sussurrasse tal assunto estaria fadado a viver pela eternidade ao lado de um senhor chifrudo, rabudo, de olhos vermelhos e cara de poucos amigos.

Aos desvirtuados é acenado com a perspectiva de que o homem, na busca do prazer, adquire doença espiritual, comete pecado e é levado a Lúcifer, de quem todos devem ter medo. Mas, há muito a “figuraça” criada pela austera moral protestante para levar ao inferno, tanto os corpos dos infiéis queimados nos mercados de peixes, quanto as almas condenadas pelo tribunal da Santa Inquisição, não assusta senão as criancinhas.

3. A discussão da Ética e da Hipermodernidade

Mesmo rejeitado ou aceito, o hedonismo sempre ganha espaço nas acaloradas discussões filosóficas. Ainda mais quando incorporado às teses dos empiristas Hobbes, Locke e Hume, ou muito mais ao ser recriado com a denominação de *hedonismo moderno* de Bentham. A discussão levada por este jurista inglês e filósofo, ao final do século XVIII, pelo

viés da moral utilitarista, em tese ligada ao contratualismo, evidencia o ser humano, por natureza, determinado a escolher o prazer e a evitar a dor.

Cabe a John Stuart Mill romper de vez com o *hedonismo vulgar*, tão renegado no Concílio de Trento (1545 a 1563), por enveredar em direção ao mais grosseiro materialismo. Comentava o filósofo e economista que a natureza teria colocado a humanidade sob o implacável domínio de duas forças: a dor e o prazer (MILL, 1962).

A moral do interesse individual de Bentham aproxima-se do altruísmo ético. E, ao libertar-se logo deste critério quantitativo da aritmética dos prazeres e assumir características de qualidade, formula a lei do interesse pessoal, mais conhecido como o princípio hedonista, onde o indivíduo procura o bem e a riqueza e evita o mal e a miséria. Tal raciocínio leva à conhecida maximização da utilidade que força a busca de lucros.

Quando o médico cubano Paul Lafargue, em 1883, argumenta que seria razoável o homem trabalhar três horas por dia e denuncia que os patrões parisienses obrigavam os operários a cumprir jornadas de até 17 horas diárias, joga mais lenha na fogueira. Autor de *O Direito à Preguiça*, Lafargue (1980) acaba criando um clima de desconforto com o seu sogro, Karl Marx. Sua advertência para a necessidade humana do ócio e do lazer se apresenta como solução para reconciliação do homem consigo próprio, em substituição ao trabalho. Verifica-se aqui a defesa de se destinar tempo para si, não para um fim específico, mas para se fazer o que bem se queira (PAQUOT, 1999).

Coube em seguida, ao sobrinho de Durkheim – Marcel Mauss – aprofundar a discussão e exemplificar as obrigações e reciprocidades envolvendo o presentear e a troca, abrindo caminho para o reconhecimento do conflito entre o *turismo capitalista* e a *reciprocidade tradicional*. Ao defender como pilar elementar das sociedades, em todos os tempos históricos, a capacidade de desenvolver trocas (dar, receber e retribuir) onde se exprimem as instituições religiosas, jurídicas, morais, econômicas, Mauss, em seu ensaio sobre as variações de sazonalidade das sociedades esquimós, realizado em 1906, adverte sobre o ritmo da vida social: verão – férias; inverno – trabalho (MAUSS, 1974).

Todavia, só nos primeiros anos do século XX surgem sólidos esclarecimentos a respeito dos valores humanos. Para Matheus (2002), foi com Scheler que a sociologia do conhecimento trouxe uma via de abertura para o caráter axiológico do ser social, a partir do qual seria possível encontrar o verdadeiro lugar do homem no mundo. Em seu trabalho sobre o formalismo na ética e a ética material, Scheler (1994) atrela o dever aos valores. O prazer,

dito hedonista, não mais forma par com os valores lógicos, estéticos, éticos ou religiosos, e sim faz parte do mesmo conjunto dos valores vitais – biologicismo ético ou naturalismo –, os mais elevados na hierarquia dos valores. Ainda, o estudo permite a constituição de uma *antropologia personalista* para melhor compreensão do gênero humano.

Ao identificar o hedonismo como uma forma criadora de mudanças, uma maneira de sair de uma existência letárgica e monótona, Guisán (2003) incita à busca de felicidade nos limites da imaginação. Em seu *Manifesto Hedonista*, a professora de Ética na Universidade de Santiago de Compostela contesta a vida triste e o sofrimento.

Os teóricos da hipermodernidade Gilles Lipovetsky e Charles Sébastien (2004) referem-se à desagregação do mundo da tradição. Tal fenômeno, sustentam, fez cair a confiança no futuro, substituída, na segunda metade do século XX, por um hedonismo sem ilusões. Para eles, o homem atual perdeu sua bússola, numa clara substituição do regime da emancipação pelo da tensão, provocada por fantasmas como desemprego, colesterol, *stress* e ataques terroristas.

O 11 de Setembro, na visão de Empoli (2007, p.78) foi “uma espécie de revelação, onde o ocidente é flagrado marchando em direção ao prazer”, dando lugar a uma espécie de medo jamais sentida. Giuliano da Empoli usa metáforas (tal como *brasilianização*) para questionar o pensamento progressista que censura o hedonismo, mas concorda que as sociedades ocidentais estão, de fato, sendo formadas por medo e hedonismo.

Para o budista tibetano Alan Wallace, é a mente desequilibrada que gera insatisfação e desconforto. O físico do Instituto Santa Bárbara de Pesquisa, na Califórnia, entende que o hedonismo existe para tirar a pessoa de si mesma e que o estado base da consciência é bem-aventurança, luminosidade e serenidade, uma nascente transbordante de sabedoria, compaixão e criatividade (www.cosmonauta.com.br/alanwallace).

Lipovetsky prega que se proporcione uma dimensão mais humana ao turismo das sensações, valorizando não só a hospitalidade, como a criatividade, os sonhos, o desenvolvimento interior, as experiências, as emoções e o prazer. Por fim, admite que a profusão luxuriante de produtos, imagens e serviços, associada ao hedonismo seduz a sociedade (LIPOVETSKY, 1983).

Por seu lado, como um dos críticos do *hedonismo contemporâneo* (generalização apressada do termo dando idéia de que o prazer está acima de tudo), Taylor (1992) vê novas formas de dependência e de insegurança na construção da personalidade do indivíduo.

Todavia, sustenta que por detrás desse conceito atual se esconde um ideal de autenticidade suscetível de ser considerado como moral ou ético. Vê, ainda, no hedonismo, a aspiração a uma existência melhor e mais elevada, relacionada com os projetos de auto-realização pessoal decorrentes da modernidade. Finalmente, Russel indica o prazer como o caminho para a felicidade, e seu texto conduzido com *ética hedonista* (estado afetivo, agradável), ironicamente traz: “se fosse médico receitaria férias a todos os pacientes que considerassem importante ou decisivo aquilo que fazem” (RUSSEL, 2003, p.62).

Longe das minúcias, é possível refletir, para fins didáticos, o prazer mesclado com outros valores, bem como, com juízos e sensações sobre as ações humanas, especialmente a dor, o medo, o risco, a fantasia, a magia e a busca interior.

Daí os embates filosóficos a respeito do hedonismo serem infundáveis.

O *carpe diem* (“colha o dia” ou “aproveite o dia”) vem na esteira hedonista? E as sociedades ocidentais estão sendo formadas por medo e hedonismo? Para Carvalho (2007), *carpe diem* não é fruto do acaso, e sim a expressão natural de um tipo de sociedade que, às vésperas de uma crise palpável, opta por regozijar-se de seus benefícios antes que eles de fato desapareçam, a exemplo de Roma nos primeiros séculos de nossa era. *Carpe diem* é a regra de ouro em *Sociedade dos Poetas Mortos*². O filme deve ser lembrado por questionar métodos de ensino e propiciar aos jovens alunos do “subversivo mestre” John Keatin (Robin Williams), a possibilidade de discernir entre se tornar “simples comida de vermes em seus caixões” ou viver intensamente cada dia que lhes é dado.

De Masi, ao ser questionado sobre a possibilidade da tecnologia e a internet tornarem o homem escravo, nos leva ao raciocínio de que se a pessoa aprende a aproveitar o tempo livre, a internet será sua escrava. Se for habituada a dar prioridade para o trabalho, será escravizada (DE MASI, 2000).

Neste sentido, lazer, turismo e outros aspectos da vida, tais como o conhecimento, na observação de Trigo (2003, p.21) “transmutam-se em entretenimento para as massas, mediados pelas novas tecnologias de informação e pelo sentido de hedonismo que marca o final do século XX e o início do século XXI”.

No que todos concordam é que a sociedade atual apresenta interessantes paradoxos. Comparados os valores positivos com as delícias da modernidade, tem-se que o hedonismo se

² Direção: Peter Weir; produção: Steven Haft; roteiro: Tom Schulman; elenco: Robin Williams; Estúdio Touchstone Pictures; 1989.

sobrepõe ao moralismo do sacrifício por um placar que lembra o Santos de Pelé. Todavia, para Correia (2007), os críticos do hedonismo só parcialmente têm razão, pois, a cultura contemporânea não vive centrada no prazer, mas antes, na expectativa de que o mesmo se realize.

Para De Masi (2000, p.313) “educar para o ócio significa ensinar a escolher um filme, uma peça de teatro, um livro. Ensinar o prazer do convívio, da introspecção, do jogo e da beleza. Inculcar a alegria.” O lema “*hombre que trabaja pierde tiempo precioso*” que flutua na tela do computador de Domenico De Mais, conforme Maria Serena Palieri (De Masi, 2000, p.8), traz a idéia de liberdade. Ele aposta numa mescla de atividades: tempo livre; trabalho e estudo. O professor confessa que não se identifica com o ócio puro, pois logo em seguida vem o aborrecimento e daí a sua justificativa de preferência ao “ócio criativo”, cujos inimigos são os despertadores, os burocratas, a religião e a escola.

Ao propor o fim do dogma: “tempo é dinheiro” Paquot (1999) rima *paresse* (preguiça) com *sagesse* (sabedoria). Em sua teoria, De Masi (2000) demonstra que pessoas consumidas pelo trabalho não percebem como aproveitam mal o seu tempo livre. Justifica assinalando que a Igreja prega o trabalho como um “castigo divino” e a escola prepara indivíduos para seguirem o modelo atrofiante da sociedade consumista e evidencia que o prazer da vida está, principalmente, em coisas feitas sem gastar um tostão, como: fazer amor; encontrar amigos; folhear uma enciclopédia; meditar e deixar o tempo correr, sem ansiedade.

Um direito à preguiça!

Trigo (2003, p.152) questiona: “Qual direito à preguiça?” e mostra aparente contradição, pois “se as massas precisam trabalhar tanto quanto (ou mais) no passado, por que os setores de viagens e entretenimento crescem e continuam a se expandir?”.

Para o livre-docente da USP, a resposta é: “Porque a sociedade dá muito mais valor a isso e ainda, no pouco tempo livre que resta, as pessoas divertem-se com mais intensidade e gastam muito mais dinheiro para esquecer as desgraças e frustrações”. E completa: “a população quer mais é se divertir, descansar, fazer sexo, beber e esquecer os índices e estatísticas que, em sua maioria, jogam contra seus sonhos e seus desejos” (Trigo, 2003, p.153).

O hedonismo contemporâneo vinculado aos negócios impulsiona o entretenimento, sendo dos mais rentáveis o mercado do sexo que movimenta, hoje, mais de US\$ 30 bilhões

anuais, e até ganhou um *templo do hedonismo*, a mansão Playboy, idealizada por Hugh Hefner, em Los Angeles (www.revistaum.uol.com.br).

No que se refere às viagens, os turistas entre 25 e 34 anos estão redefinindo o conceito de férias e trocando o descanso pelo *carpe diem*. O relatório da consultoria *Euromonitor International*, apresentado no *World Travel Market 2007*, traz que o turismo hedonista está em alta e o público-alvo envelhecendo com mais dinheiro no bolso. Outra conclusão da pesquisa é que o turismo hedonista é uma tendência de longo prazo, ganhando adeptos e força a cada geração (www.bbcbrasil.com).

A vida com prazer é a melhor forma de se viver bem.

4. Considerações finais

É evidente que poucas pessoas têm preocupações maiores em relação às questões antropológicas ou de cunho sociocultural, mas, por certo, é crescente o número de turistas que não se satisfazem em apenas contemplar o destino e constatar fatos.

O turista hedonista quer fazer parte da paisagem e não se satisfaz em apenas admirá-la. Ele quer mais: correr riscos, sentir medo, aventura com magia ou fantasia, sem se preocupar em tirar conclusões morais. Marcha na trilha da realização e da felicidade; aspira uma existência melhor e mais elevada, relacionada com os projetos de auto-realização pessoal decorrentes da modernidade. Tais desafios exigem uma identificação simbólica, de como enfrentar o medo, descarregar as tensões biológicas e se reconciliar ao “encontrar sua própria praia”.

Mesmo contracenando em ambientes primitivos, busca sensações desafiadoras. Convive, em ócio criativo, com a preguiça e a sabedoria, sem perder o entusiasmo.

No chamado *slow travel*, por exemplo, as pessoas se hospedam em lugares autênticos, procurando apreciar a vida e a comida local tranquilamente. Tal tendência de sucesso na Europa se adapta perfeitamente ao turismo doméstico rural brasileiro. Portanto, o turismo hedonista é nicho em expansão, um negócio do futuro.

Quando, por erro de planejamento, ocorrem apropriações indevidas do território e das manifestações folclóricas, desvirtua-se a cultura, o meio ambiente e perde o turismo como um todo. Aqui, cabe uma reflexão: não adianta apenas culpar as estratégias de persuasão da retórica do marketing. Pode-se compreender que, havendo apoio de todos os atores

envolvidos no processo de desenvolvimento turístico (em especial o governamental), é possível evitar impactos negativos, por exemplo, a transformação de manifestações folclóricas regionais em produtos de consumo.

É preciso estar alerta às soluções criativas derivadas das constantes mutações do mercado. Em Guy Debord (1967), percebe-se que as esperadas mudanças sociais que os surrealistas tanto proclamavam não aconteceram. Na esteira do esforço de Debord, vários autores como Alvin Toffler (1981) e Faith Popcorn (1991) analisam tendências, cenários e previsões importantes para a sociedade. A sofisticação do consumidor e dos seus atos de consumo ditaram a evolução dos mercados e das marcas, conforme alertou o relatório de Pine II & Gilmore (1998). Finalmente, o dinamarquês Rolf Jensen (1999) alerta para a sociedade dos sonhos, onde o consumo se torna muito mais emocional do que racional.

Cabe ao segmento do turismo hedonista ajustar-se rapidamente para bem cumprir a missão de adequar-se às exigências pós-modernas. Ao tentar libertar-se de tabus, o homem, sem negar o amor-próprio, redefine a comodidade adaptado à inteligência e à sensibilidade. A tarefa realiza-se num segmento orientado para a independência pessoal onde o consumidor final tem prazer em viver e descobrir-se. Não busca apenas o imaginário fantástico, uma vez que se interessa pelos valores sensíveis.

Por ser o turismo hedonista o das sensações, ou seja, um estado de espírito de quem se atreve a ser feliz, a missão torna-se verdadeiro desafio de descoberta e de transição de um *status* para outro.

O turismo das sensações cria e recria seus próprios mundos em contato com o bom, o belo e o sublime, como observa-se desde o magnetismo de Machu Picchu à magia do *Cirque du Soleil*; dos arlequins e diabos do carnaval brasileiro (por Empoli como “brasilianização”) ao Caminho de Santiago de Compostela; dos bacanais dionisíacos aos desafios dos desertos de Gobi ou Atacama; de Aristipo a Ratzinger; de Júlio Verne aos perigos de não partir, de Amyr Klink. Deságua na coragem de Sheldon Adelson ao recriar Veneza em Las Vegas e Macau, ao investir mais de US\$ 1,5 bilhão em cada hotel-cassino (seria justo afirmar que a *Sin City* é uma das capitais hedonistas do mundo).

Ao final, o viajante, certamente, guardará sua viagem hedonista como um dos melhores momentos de sua vida e, entusiasmado, replicará a outros, com prazer: *Carpe Diem!*

5. Referências bibliográficas

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo, Mestre Jou, 1982.
- BROWN, Peter. *Santo Agostinho: uma biografia*. São Paulo, Record, 2005.
- CARVALHO, Yone. *Itália Oggi*. Disponível em <http://www.italiaoggi.com.br>. Acesso em 15/set/2007.
- COMTE-SPONVILLE, André. *Pequeno Tratado das Grandes Virtudes*. São Paulo, Martins Fontes, 1999.
- CORREIA, João Carlos. *Os Administradores de Ilusões*. Disponível em <http://www.simaocc.home.sapo.pt/e-biblioteca>, acesso em 15/set/2007.
- DEBORD, Guy. *La Société du Spectacle*. Paris, Les Éditions Gallimard, 1967.
- DE MASI, Domenico de. *O Ócio Criativo*. Rio de Janeiro, Sextante, 2000.
- DOMINGUES, Bento. *Virtudes da Ética Religiosa e da Ética Laica*. Lisboa, Ista - Centro Cultural Dominicano, 1997.
- EMPOLI, Giuliano da. *Hedonismo e Medo: o futuro brasileiro do mundo*. Porto Alegre, Editora Sulina, 2007.
- GIBBON, E. *Declínio e Queda do Império Romano*. São Paulo, Companhia das Letras, 2001.
- GRAFENBERG, Ernst. *The Role of Urethra in Female Orgasm*. Nova York, The International Journal of Sexology, 1950.
- GUISÁN, Esperanza. *Manifesto Hedonista*. Coimbra, Ariadne, 2003.
- JENSEN, R. *The Dream Society*. Nova York, McGraw-Hill, 1999.
- LAFARGUE, Paul. *O Direito à Preguiça*. São Paulo, Kairós, 1980.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa, Relógio D'Água, 1983.
- _____ e CHARLES, Sébastien. *Os Tempos Hipermodernos*. São Paulo, Barcarolla, 2004.
- EPICURO. *Carta sobre a felicidade (a Meneceu)*. Trad. Lorencini & Del Carratore. São Paulo, Unesp 2002.
- MARCUSE, Herbert. *Cultura e Sociedade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997.
- MARQUES, Ramiro. *O Livro das Virtudes de Sempre*. São Paulo, Landy, 2001.
- MATHEUS, Carlos. *Dossiê: consciências do mundo - Max Scheler e a Gênese*. São Paulo, Margem, 2002.
- MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a Dádiva*. São Paulo, EPU, 1974.
- MILL, John Stuart. *Utilitarianism, Ethics Political and Religious*. Nova York, The Modern Library, 1962.
- MUCHEMBLED, Robert. *O Orgasmo e o Ocidente: uma história do prazer do Século XVI*. São Paulo, Martins Fontes, 2007.
- _____. *Uma História do Diabo: séculos XII-XX*. Rio de Janeiro, Bom Texto, 2002.
- PAIXÃO, Dario L. D. *Thermae et Ludus: o início do turismo de saúde no Brasil e no mundo*. Caxias do Sul, UCS, 2005.
- PAQUOT, Thierry. *A Utopia: ensaio acerca do ideal*. São Paulo, Bertrand, 1999.
- PINE II B. J. & GILMORE, J. H. *The Experience Economy*. Cambridge, Harvard Business School, 1998.
- POPCORN, Faith. *The Popcorn Report*. Nova York, Simon & Schuster, 1991.
- RATZINGER, J. Conferência da Basílica de Aparecida. Brasil, 2007.
- RUSSEL, Bertrand. *A Conquista da Felicidade*. Rio de Janeiro, Ediouro, 2003.

- SANCHIS, Pierre. *O Repto Pentecostal à Cultura Católico-brasileira*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- SANTORO, Fernando. *Arqueologia dos Prazeres*. Rio de Janeiro, Objetiva, 2007.
- SCHELER, Max. *Da Reviravolta dos Valores*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- TAYLOR, Charles. *Ethics of Authenticity*. Cambridge, Harvard University Press, 1992.
- TOFFLER, Alvin. *The Third Wave*. Nova York, Bantam Books, 1981.
- TRIGO, Luiz Gonzaga. *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo, Senac, 2003.
- www.bbc.co.uk. Acesso em /set/2007.
- www.cosmonauta.com.br/alanwallace. Acesso em 7/set/2007.
- www.revistaum.uol.com.br. Acesso em 11/nov/2007.
- www1.folha.uol.com.br. Acesso em 30/nov/2007.