

MITOS E LADAINHAS DO FAZER TURÍSTICO: APOLOGIA AO FETICHE

João dos Santos Filho*

Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens. Assim, no mundo das mercadorias, acontece com os produtos da mão humana. Isso eu chamo o fetichismo que adere aos produtos de trabalho, tão logo são produzidos como mercadoria, e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias.

Esse caráter fetichista do mundo das mercadorias provém, como a análise precedente já demonstrou, do caráter social peculiar do trabalho que produz mercadorias. (**Karl Marx. O Capital – O caráter fetichista da mercadoria e seu segredo. Os economistas, 1996**).

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo criticar as leituras de base empirista do fenômeno do turismo e os seus principais limites, destacando os pressupostos que gravitam na explicação desse entendimento. Apontando a existência de outras *epistemes* que apesar de possuírem limites podem muitas vezes, dependendo do pesquisador e do o objeto a ser estudado ser usada parcialmente (significa, sem perder a matriz ideológica de uma ou de outra) para o entendimento do objeto. O processo de questionamento do discurso neopositivista que invade a leitura do turismo é capaz de ser percebido quando procedemos a uma leitura histórico crítico do mesmo.

Palavras – chaves: Empirismo, turismo e neopositivismo, epistemes, turismo apartheid, etnocentrismo.

* JOÃO DOS SANTOS FILHO é bacharel em Turismo pelo Centro Universitário Ibero-Americano de São Paulo (Unibero) e bacharel em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Mestre em Educação: História e Filosofia da Educação pela PUC/SP. Foi coordenador dos cursos de Turismo da Faculdade Nobel e também do Centro Universitário Filadélfia de Londrina (Unifil); e professor na Universidade Norte do Paraná de Londrina (Unopar); professor na Faculdade Maringá – PR. e professor substituto da Universidade Estadual Paulista – UNESP- UD de Rosana. É membro-fundador do Instituto de Análises sobre o Desenvolvimento Econômico Social (Iades) e da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo de São Paulo (ABBTUR/SP). Foi professor-convidado na Faculdad de Filosofia e Letras da Universidad Nacional de Heredia (UNA), na cidade de San José da Costa Rica, para ministrar disciplina no curso de pós-graduação, no semestre de 1995. Ministrou curso na Universidad de Rio Cuarto, na cidade de Rio Cuarto-Argentina; na pós-graduação em Integração Latino-Americana e na Universidad de San Carlos, na Guatemala. É professor concursado pela Universidade Estadual de Maringá, no Estado do Paraná, Brasil. Possui vários artigos publicados em livros e revistas acadêmicos nacionais e internacionais, e colaborador nos sites: www.estudosturisticos.com.br e www.espacoacademico.com.br e do Conselho Editorial da *Revista Eletrônica do Centro de Estudos em Geopolítica e Relações Internacionais* (Cenegri) www.intellector.com.br. Membro do Conselho Científico do *Boletim de Estudos em Hotelaria* (Beth); do curso de Turismo das *Faculdades Integradas da Vitória de Santo Antão* (Faintvisa) e Membro do Conselho Editorial da revista semestral *Global Tourism* - www.periodicodeturismo.com.br.

SUMMARY - The present article has the purpose to criticize the empiricism ideas based on the phenomenon of the tourism and its principal limits, detaching the presuppositions that gravitate on the explanation of that understanding highlight. Pointing the existence of other *epistemes* (knowledge) that in spite of they possess limits, they can many times, depending on the researcher and the objective, to be studied partially (it means, without losing the ideological head office of one or another) to a better understanding of the main object. The process of questioning the logical-positivism speech that invades the reading of the tourism is capable of being noticed when we proceed to a historical and critical study of it.

Key words: empiricism, tourism and logical positivism, tourism, Apartheid tourism, epistemes.

Escrever de forma científica sobre o fenômeno do turismo como qualquer outro assunto requer paciência, disciplina, conhecimento epistemológico, dedicação à pesquisa e particularmente nesse campo uma certa audácia investigativa vanguardista, o mesmo, se constitui em uma “ciência” recente no campo das humanidades. Permeada de preconceitos no conjunto da academia, pois raros são os estudos existentes nos centros de pesquisa que avançam para discussões teóricas, históricas e ontológicas do fenômeno do turismo, além do que, a matriz historiográfica desses trabalhos tem por base quase sempre uma realidade histórica européia, própria de uma visão etnocentrista.

Com isso, não poderíamos deixar de nos referir ao estudo clássico realizado pelo sociólogo Octavio Ianni em seu livro “Sociologia da Sociologia Latino-Americana” no qual com propriedade relata como se dá esse processo de dominação:

[...] as influências européias e norte-americanas na sociologia da América Latina sempre se exerceram em três níveis: teórico, metodológico e quanto à problemática. Em geral, as relações com os centros de ensino e pesquisa das nações dominantes provocaram a transferência de teorias interpretativas, metodologias de pesquisa e temas de investigação empírica. Nos três níveis, os cientistas sociais latino-americanos tenderam e ainda tendem a adotar, integral ou parcialmente, as sugestões e os “modelos” formulados nas obras, nas aulas e nas pesquisas dos cientistas sociais europeus e norte-americanos. Isto é verdade tanto para as diversas ciências sociais como para a sociologia, em particular (IANNI, 1976, p.44).

O cotidiano da América Latina demonstra que sua história esteve sempre centrada no campo do movimento das idéias e das armas, explicitado pelos grupos de resistência e de emancipação do povo autóctone contra os interesses dos colonizadores. Os grandes contos da literatura latina reforçam a tese de forte perfil crítico e de oposição às classes dirigentes rurais e urbanas, bem como, aos movimentos sociais que buscam a liberdade perdida.

Assim, a ação entre os homens é resultado de uma relação social sinalizada pelas atividades de trabalho que são produto de relações políticas, econômicas e sociais na qual estão sustentados por uma relação de poder dada pela lógica do *capital*. Resultado da atuação de homens vivos, assim o trabalho (vivo) humano é a categoria máxima de explicitação fundante da humanidade e a base explicativa da existência dos homens que formatam o pensamento racional do ser humano, como bem explicita George Lukács em seu texto “As bases ontológicas do pensamento e da atividade do homem” na Revista Temas de Ciências Sociais:

Com justa razão se pode designar o homem que trabalha, ou seja, o animal tornado homem através do trabalho, como um ser que dá respostas. Com efeito, é inegável que toda atividade laborativa surge como solução de resposta ao carecimento que a provoca. Todavia, o núcleo da questão se perderia caso se tomasse aqui como pressuposto uma relação imediata. Ao contrário, o homem torna-se um ser que dá respostas precisamente na medida em que – paralelamente ao desenvolvimento social e em proporção crescente – ele generaliza, transformando em perguntas seus próprios carecimentos e suas possibilidades de satisfazê-los; e quando, em sua resposta ao carecimento que a provoca, funda e enriquece a própria atividade com tais mediações, freqüentemente bastante articuladas (LUKÁCS, 1978, p.5).

Nesse sentido, a categoria trabalho é um ato consciente e teleológico que leva os homens a desenvolverem situações da vida concreta, alimentando o cotidiano de sua existência, isso o afasta da vida natural animalésca e o aproxima cada vez mais da vida social. É aí que o mesmo dá respostas às suas necessidades por meio de mediações sociais, produto do meio em que vivem.

A categoria trabalho se configura então, em uma ação desempenhada por homens em sua existência, movimentando a dinâmica da história no contexto da luta de classe e por sua qualidade *modificante e modificadora*, transforma os indivíduos e a realidade. Esse processo histórico-dialético constante de transformação alimenta o conhecer científico, buscando explicação para os fenômenos sociais em especial o turismo em uma dimensão crítica que suplante as leituras positivistas existentes.

Portanto, entender a realidade de forma racional e não fetichista é decodificar respostas tidas como definitivas e recodificá-las novamente com novos elementos na perspectiva da superação dos entendimentos e saberes anteriores. Esse movimento de estar sempre repondo, ampliando e de descobrir o novo, eleva o conhecimento e a compreensão dos fatos da realidade na busca do entendimento científico e na lógica do desenvolvimento da humanidade.

Para entender a realidade os homens criam conceitos tidos como lógicos que o auxiliam nessa compreensão, como expressões de uma dada temporalidade social explicitada por meio de uma relação dentro do mundo da economia política. Apresentando saberes baseados em ideologias* diferentes que estão presentes por meio de epistemologias opostas total ou parcialmente e que em alguns casos podem vir até a se complementarem.

Com isso, queremos afirmar que as epistemologias não se misturam, mas podem ser usadas simultaneamente para o entendimento da realidade, por que as mesmas possuem em sua essencialidade *dimensões de limites teóricos diferentes* entre si, assim, o seu uso concomitante é possível, desde que, esteja calibrada pelo interesse científico do pesquisador e de seu objeto de estudo. Assim, o que vai determinar o uso de epistemologias diferentes é o objeto que está sendo estudado, este pode requerer o uso combinado de *epistemes* antagônicas ou não.

O fenômeno do turismo como todo e qualquer ato decorrente do trabalho humano pressupõe entendimentos diferentes e conflitantes, que se sustentam nas formas de consciência social expressando ideologias de ver e sentir o mundo. A leitura científica

* Cabe ressaltar que a ideologia é um conceito presente na fala dos homens, pois é expressão de uma relação material e imaterial criada no bojo da luta de classes. Para esclarecimento e aprofundamento do mesmo, recomenda-se a leitura das obras de Karl Marx em especial “A Ideologia Alemã”. Bem como as obras de Georg Lukács, particularmente “O assalto à razão” que trabalha o conceito de ideologia como presente e ativo nas relações entre os homens.

dessa realidade vai ser dada por meio de epistemologias que segundo a organização da sociedade representam o interior da luta de classes.

A leitura do turismo, não podia ser diferente da análise feita pelo neopositivismo, pois também, galgou espaços de interpretação desse fenômeno por meio de métodos de pensamento idealista e produziu uma literatura de vertente metafísica em que a **harmonia funcionalista se perde no ufanismo da categoria turismo**. Com um suporte na economia política clássica seus estudos refletem um uso vulgarizado do empirismo e uma leitura economicista do real que atende aos interesses da classe que está no poder.

Essa literatura começa a ser questionada, rediscutida e inicia um processo de debates no interior das academias que favorecem o aparecimento de outras interpretações de base histórica e materialista em que a crítica sobressai como elemento principal de seu perfil epistemológico.

Na verdade a literatura do fenômeno turístico existente se enquadra em duas epistemologias a quais Karl Marx discute profundamente no seu texto “O Método da Economia Política”, quando visualiza a existência de dois métodos para explicar a realidade:

O primeiro constitui o caminho que foi historicamente seguido pela nascente economia. Os economistas do século XVII, por exemplo, começavam sempre pelo todo vivo: a população, a nação, [...]

.....
O último método é manifestadamente o método cientificamente exato. O concreto é concreto porque é a síntese de muitas determinações, isto é, unidade do diverso. (MARX, 1882, p.14).

Essas referências ao texto de Marx se devem ao fato de que o seu escrito se torna esclarecedor para compreendermos os princípios metodológicos pelos quais o discurso neopositivista do turismo está circunscrito. A hegemonia plena aos dados empíricos é prioritária na explicação da realidade, estabelecendo-se a ditadura da quantidade como valor explicativo do real, é na *hospitalidade* e no *entretenimento* que o *capital* globalizado encontra guarita para se instalar e ampliar sua mais-valia. Isso produz uma aceitação fraudulenta da realidade, pois o fetiche da mercadoria (turismo) avança para dar respostas às necessidades dos homens, produzindo uma compreensão fenomenológica e colocando o

turismo como capaz de ser *sustentável*; *mensageiro da paz*; *instrumento de desenvolvimento econômico e como fator de integração entre os homens*. Essas intenções de fundo idealistas encobrem o verdadeiro discurso sobre o turismo e movimentam o marketing do fetiche como a mercadoria das ilusões.

Ao se referir ao último método Marx coloca a abstração como elemento hegemônico em contraponto ao empirismo e com isso abre um patamar de questionamentos ao pensamento burguês. Esse processo permitiu desenvolver um pensamento crítico voltado para uma historicidade necessária, contrapondo a visão empirista que alimenta um economicismo longe da realidade social, política e econômica do qual é produto.

Esclarecemos que o embate acadêmico entre epistemologias opostas enriquece a compreensão do objeto do turismo, fortalecendo seu patamar como ciência e como assunto que deve ser investigado. Por isso, o presente artigo não tem por objetivo criticar as visões de fundo empiricistas, mas demonstrar seus limites, mitos e discursos que apesar de equivocados, realizaram uma leitura do real (turismo) que serviu para iniciar a compreensão desse fenômeno. Portanto, não descartamos a contribuição que as mesmas trouxeram para o conhecimento do turismo, entretanto, entendemos que a realidade comporta outras interpretações. Mesmo porque, ambas *epistemes* possuem seus limites e que podem muitas vezes, dependendo do pesquisador, serem usadas parcialmente (significa, sem perder a matriz ideológica de uma ou outra) para o entendimento do objeto, como fez com todo rigor científico o professor e sociólogo Florestan Fernandes em muitos de seus estudos, como tive oportunidade de discutir esse fato no texto de minha autoria chamado *Espelho da história: entendimento do fenômeno turístico na humanidade*, publicado na revista eletrônica www.espacoacademico.com.br e pela revista eletrônica Revista Global Tourism volume 2 número 1 novembro 2005.

MITOS E LADAINHAS DO FAZER TURÍSTICO

O primeiro mito que ocorre é aquele em que a atividade turística surge e ganha espaço como um elemento capaz de trazer e acelerar o crescimento econômico de uma localidade, região ou país. Essa força empreendedora e “mágica” do turismo tida como de tonalidade desenvolvimentista nas economias em processo de crescimento, trazem em seu

bojo a fetichização do mesmo como elemento capaz de superar a miséria e pobreza, alavancando o desenvolvimento econômico. Esse entendimento pode imputar ao turismo características metafísicas, pois o conceito adquire qualidades que só podem ser entendidas no mundo das idealizações de referência fenomenológica.

Inadmissível é saber que essa leitura fetichizada do conceito é produzida com maior ênfase em países em que as economias estão estagnadas ou sofrendo com o pagamento da dívida externa. E aí surge com enorme força o turismo como elemento salvador do mundo dos homens, capaz de trazer de volta o pleno desenvolvimento econômico social e cultural de um país, uma das últimas saídas para a tentativa de minimizar a crise do sistema capitalista e socialista.

Esse processo que acontece tanto nos países capitalistas como socialistas que apostam no turismo como elemento capaz de carrear dólares para sua balança de pagamentos vem acompanhado de um apelo baseado no fetiche erótico ou na dimensão da militância política e partidária da antiga esquerda. Para tanto, acabam estimulando o aparecimento de um turismo *apartheid* entre nacionais e estrangeiros e no interior dos próprios brasileiros. Com uma prática de negação da hospitalidade turística os turistas recebem atendimento de forma desigual, pois a procedência e a moeda (real ou dólares) fazem e trazem a desigualdade no tipo de hospitalidade.

Preços desiguais para nacionais e estrangeiros em todos os setores da atividade econômica, principalmente no campo dos equipamentos turísticos: na verdade há uma “legalização” da exploração do turista estrangeiro, sim simplesmente por ser estrangeiro, e a preferência por um turismo de elite acaba pressionando e afastando o turista nacional criando um tipo de *apartheid* no turismo.

Essa aderência idealista ao conceito de turismo favorece o aparecimento de um elitismo na sua compreensão, acompanhado de um *glamour* que acaba encobrindo a realidade de miséria e pobreza. Submetendo as populações nacionais a consumir um turismo periférico engrossando a ligação existente entre turismo e colonialismo, como expliquei no texto “*O Turismo em nossa latinidade: uma nova forma de colonização*”:

Esse processo de globalização do turismo atende aos interesses do capital internacional que, na falsa premissa de trazer emprego e desenvolvimento para as localidades, acaba ampliando a miséria e o desespero das populações nativas e regionais. Cria-se uma

discriminação étnica que poderíamos chamar de uma verdadeira *apartheid do turismo*, estimulado pelos grandes empreendimentos nacionais e estrangeiros que isolam a população nativa do convívio para com o turista (SANTOS FILHO, 2003,P.374).

Na verdade os espaços públicos e coletivos estão diminuindo sujeitando as populações que vivem em áreas com potencial turístico para fora de seus lugares, pois os mesmos foram privatizados, elitizados produzindo um turismo *apartheid* assentado na discriminação social, política, cultural, religiosa e econômica. O *capital* usa e drena para si os componentes de um colonialismo moderno por meio do turismo tão opressor como a discriminação étnica e o etnocentrismo.

O segundo mito é aquele que parte da premissa do qual o turismo nasceu com o capitalismo, ou seja, com o surgimento do trabalho assalariado e a propriedade privada, como também, pela concentração dos meios de produção, essa seria a instância que os qualifica como sistema capitalista. Entretanto, essa definição é por demais genérica e sem a quantificação de aproximações de períodos históricos confiáveis, as ciências sociais contemplam estudos mais pontuais, os quais venho demonstrando em artigos que tenho escrito sobre a atividade turística*, pois a mesma possui uma temporalidade anterior ao feudalismo que é iniciada na sociedade tribal.

No artigo já mencionado “*Espelho da história: O fenômeno turístico no percurso da humanidade*” discuto a questão de que o turismo tenha iniciado com o capitalismo,

* Desde o ano 2000 venho me dedicando a escrever sobre turismo ciência e a ontologia histórica desse fenômeno. Apresentei diversos trabalhos em encontros científicos: No congresso brasileiro de turismo 2000 – XX ENBETUR, na qualidade de debatedor em mesa redonda para discutir a temática – O turismo como ciência. Na qual escrevemos o texto: **Turismo: ciência ou técnica?** Publicado na Revista Turismo: Dimensões e Perspectivas, da Faculdade Nobel em 2001. IV Congresso Internacional de Turismo da rede Mercocidades, realizado em 2002, apresentando o texto: **A ciência do turismo se produz no processo das contradições epistemológicas de seus saberes**, publicado na revista eletrônica www.espacoacademico.com.br. Em 2003 no I Seminário de Pesquisa em turismo do Mercosul realizado pelo mestrado acadêmico em turismo da Universidade de Caxias do Sul, como coordenador do grupo de trabalho “**Epistemologia do Turismo**”. Na qual apresentamos o trabalho; **Negação do paraíso celestial e a luta pela emancipação do trabalho**, publicado na Revista Turismo e Análise da USP/ECA/ALEPH. Em 2004 foi coordenador do grupo de trabalho, **Pós – Turismo** no IV Congresso de Turismo da Rede Mercocidades – Integração pela paz. Novamente em 2004 apresentou no II Seminário de Pesquisa em turismo do Mercosul, promovido pelo Mestrado acadêmico em Turismo na Universidade de Caxias do Sul o artigo “**Thomas Cook – marco da historiografia dominante do turismo: Ensaio Sociológico sobre o surgimento e preconceito ao fenômeno turístico na história**”. Em 2005 no III Seminário de pesquisa em turismo do mercosul realizado pelo mestrado acadêmico em turismo da Universidade de Caxias do Sul apresentamos o artigo “**Espelho da história: O fenômeno do turístico no percurso da humanidade**. Publicado na revista eletrônica Tourism Global www.periodicodeturismo.com.br

demonstro que esse fenômeno surge junto às necessidades básicas do ser humano, portanto antecede a qualquer modo de produção. O fenômeno do turismo não pode ser buscado junto ao capitalismo, mas sim, em sua anterioridade, naquilo que Marx sempre mencionou no “método da economia política” a categoria, mas simples pode exprimir relações dominantes de um todo menos desenvolvido. Assim o fenômeno do turismo deve ser entendido em sua dimensão epistemológica e saber que:

A importância desse estudo para a ciência do turismo é que a mesma pode ser percebida como uma necessidade histórica/biológica, que a coloca em outro patamar a explicação teórica e que põe por terra toda e qualquer teoria que insinue que o turismo nasceu com o capitalismo*. O turismo nasce como uma resposta cultural dada a uma necessidade biológica, portanto faz parte da referência histórica dos homens (SANTOS FILHO, 2003).

A literatura existente que trata do turismo consagra o pressuposto de que o mesmo começa com o capitalismo, esse viés tem uma base epistemológica weberiana, em que seu aparecimento foi determinado pela modernização da civilização ocidental, bem como, o grau de racionalidade religiosa adquirida para o desenvolvimento das ciências. Assim entender que o capitalismo traz em seu bojo as travas que devem ser abertas do desenvolvimento da sociedade, não é nenhuma exclusividade do estudo de Max Weber, mas foi este que com seu livro *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, detalhou o espírito do capitalismo destravando os elementos que impulsionam a economia ocidental.

Os limites dessa *episteme* não permitem avançar para um entendimento anterior do capitalismo, além do que seu marco teórico está no fato da sua falta de historicidade dificultando a apreensão do real. Nesse sentido, o entendimento que *capital* e *capitalismo* não são idênticos e possuem uma imensa distância do aparecimento de um e de outro, como assim expressa o filósofo István Mészáros:

* “Não negamos que o capitalismo tenha um efeito extremamente massivo no desenvolvimento do turismo, turismo de massa, turismo de elite, *Grand-tour*, grandes navegações etc. Porém, o mesmo vem acoplado a uma necessidade básica que requer uma resposta cultural. Nesse sentido, podemos afirmar, conforme Karl Marx, que uma categoria mais simples expressa sempre uma categoria mais complexa. Assim, o termo turismo já estava sendo assinalado com a necessidade básica *movimento* para posteriormente ir se configurando em outras referências lingüísticas e conceituais”.

“Capital” é uma categoria *histórica* dinâmica e a força social a ela correspondente aparece – na forma de capital “monetário”, “mercantil” etc. – vários séculos antes da formação social do CAPITALISMO enquanto tal emergir, e se consolidar. De fato, Marx estava muito interessado em apreender as especificidades históricas das várias formas do capital e suas transições de uma a outra, até que eventualmente o CAPITAL INDUSTRIAL se torne a força dominante do metabolismo sócio-econômico e objetivamente defina a fase clássica da formação capitalista (MÉSZÁROS, 1987, p. 115).

Nesse caso, não podemos afirmar que o turismo surge com o capitalismo, mas sim, é anterior ao aparecimento do próprio *capital*, como uma necessidade básica historicamente determinada. Assim explicamos o turismo como sinalizado com o aparecimento das necessidades básicas e, portanto anterior ao aparecimento do *capital* e do capitalismo.

O terceiro mito se refere à literatura potencializada por bases idealistas que acompanha o conceito de turismo sustentável. Essa idéia domina todo o discurso acadêmico sobre o turismo, criando uma compreensão de corte holístico que produz um entendimento de fundo messiânico, bem como, expressa a essencialidade de base fenomenológica desse conceito.

A ocupação depredadora e irracional feita pelos homens e suas corporações nos campos econômicos, sociais e político do planeta Terra foi entendida como problema ambiental mundial a partir da década de 70. Os encontros e embates sobre o meio ambiente e o eco-sistema discutem criticamente quais as verdadeiras condições de interagir do homem com os problemas sócio-ambientais.

A riqueza de um lado, em sua busca constante de querer acumular capital usa seu poder econômico para fazer valer seus interesses egoístas e mercantis, montando quadros de corruptores e impondo a certeza da imunidade às leis e da cumplicidade do aparelho de Estado. Essa situação desenvolve um processo de privatização das áreas naturais para abrigar investimentos hoteleiros estrangeiros e nacionais, desenvolvendo um turismo de *apartheid*, com conseqüências econômicas e políticas de grave conteúdo social.

Na realidade esse quadro de corrupção do aparelho de Estado, de uma forma ou de outra agiliza os interesses do *capital* e demonstra a fragilidade legal do mesmo, que está a

serviço das classes dominantes. Esse processo é denunciado por Marx em 1848 no *Manifesto Comunista do Partido Comunista*:

[...] a burguesia a partir do estabelecimento da grande indústria e do mercado mundial, conquistou, finalmente, a soberania política exclusiva no Estado representativo moderno. **O governo moderno não é senão um comitê para gerir os negócios comuns de toda a classe burguesa.** (MARX, 1987. p. 78, grifo nosso).

A referência de que o Estado está a serviço dos interesses da classe dominante é o princípio básico do governo neoliberal que coloca a impossibilidade de haver de fato uma representação democrática capaz de servir aos interesses coletivos. Nesse sentido, fica difícil pensar num desenvolvimento sustentável ou num turismo de sustentabilidade, pois a determinação de classe está dada pelo *capital* e o Estado se limita a ser um ordenador dos interesses privados, portanto o jogo político privilegia as referências de ordem privadas.

O turismo sustentável se transforma em um conceito muito mais de efeito gramatical do que de aplicabilidade prática, é apropriado pela lógica do capital, alavancando os interesses do modelo econômico como o grande instrumento salvador das economias, o chamado indevidamente como “indústria do turismo”. O termo sustentabilidade adquire uma referência quase religiosa e se deixa apropriar pelo modismo do empreendedorismo, propagando a idéia de um tipo de sebastianismo norte-americano.

A pobreza e miséria são fatores também bloqueadores e que acabam alimentando a falsa sustentabilidade, pois a desigualdade é resguardada por um Estado que trabalha e aprofunda a diferença social entre os homens e alarga as contradições. Esse movimento político favorece o aparecimento do fetiche da sustentabilidade que ganha todos os setores da vida social e no turismo se prolifera quase como um “axioma” próprio desse fenômeno; ganhando comando nas vozes dos desavisados; inculcando nos alunos a idéia de que o turismo funciona independente das questões estruturais, isto é, desprezando as questões políticas, econômicas e sociais.

Nesse sentido, as políticas públicas em turismo em países em que as diferenças sociais são marcantes no interior da estratificação populacional, devem planificar políticas

globais de turismo especialmente para a população carente de recursos financeiros para que possam dedicar parte de seu tempo livre em atividades de lazer. Porém, o que está ocorrendo é um não-compromisso do Estado para com as questões relativas à formulação de políticas públicas de turismo que se omite desse seu papel e passa essa função à iniciativa privada.

Essa prática vem ocorrendo de forma acelerada com a implantação da “Política nacional de turismo de 2003 a 2007”. Em razão desse fato, aquele trabalho que nós começamos na década dos anos 70, em que fazíamos o discurso para que as regiões, municípios, estados e o próprio governo federal entendesse que o turismo deveria ser prioridade no conjunto das políticas públicas e para tanto, essas instâncias de poder deveriam criar suas secretarias, autarquias, divisões ou algum órgão público que se responsabiliza pelo desenvolvimento do turismo, hoje sofre o combate da criação dos Convention Visitors Bureaux que vem acoplado ao discurso neoliberal como a solução para o desenvolvimento do turismo.

O quarto mito é aquele que sempre acompanhou a formulação das Políticas Públicas em Turismo no Brasil – uma determinação que podemos chamar de axiomática, pois considera o turismo como instrumento “exemplar” para refugiar os interesses de ampliação e reprodução do *capital*. O que levou o Estado a ter uma compreensão restrita e limitada desse fenômeno, entendendo o turismo receptivo como a base para qualquer política pública nesse campo.

A lógica dessa ideologia de base globalizante acompanha o culto ao individualismo e consagra as relações sociais de produção como resultado da “naturalização” das leis de mundialização do *capital*. Esse processo veicula os interesses do *capital* traduzida por um forte processo de emulação que transparece para o cotidiano como sendo manifestações de base individual, mas na verdade obedecem a uma lógica das classes que defendem os interesses do *capital*.

A importância do turismo para o Estado surge em virtude dos recursos que os estrangeiros movimentam em território nacional, por isso a ideologia incorporada pelo governo brasileiro desde os anos de 1960 canaliza seu interesse para o turismo receptivo. Como sendo a única visão possível e correta de trabalhar uma política de turismo para a nação brasileira, pois seus doutos se encastelam no culto a um individualismo da

privacidade amparado pelo idealismo metafísico que é retrato da própria negação do homem e da tentativa massacrante de “humanização” da mercadoria. Sobre essa questão o filósofo István Mészáros em seu livro *A teoria da Alienação*, com pontualidade sinalizadora com o que estamos afirmando comenta:

O culto da privacidade e da autonomia individual realiza, com isso, a dupla função de proteger objetivamente a ordem estabelecida contra o “desafio pela rale” e proporcionar objetivamente a realização espúria de uma interiorização escapista para o indivíduo isolado e impotente, que é mistificado pelos mecanismos da sociedade capitalista que o manipula (MÉSZÁROS, 1981, p. 263).

Nesse sentido, o que interessa ao Estado é o recurso econômico que o turista estrangeiro introduz no mercado e aos brasileiros do *trade* e população geral cabe o treinamento dentro da lógica da hospitalidade submissa pela educação americanizada do bem receber que oculta a matriz da dominação colonizadora do neopositivismo.

O *trade* é submetido a treinamentos e certificações que acabam impondo um estilo de hospitalidade universal, que torna secundário a forma de ser da hospitalidade autóctone nacional, padronizando um estilo de ser segundo o interesse do mercado. Essa tendência acaba enfatizando uma hospitalidade globalizada que falsamente cultua uma universalidade que está sendo guiada pelos interesses do *capital*.

Com a população em geral ocorre que o turismo se torna algo inacessível, pois acabam sendo excluídas dessa prática social e o Estado preocupado com o turista estrangeiro, submete a população a programas de sensibilização na qual o brasileiro é objeto de treinamentos constantes para aprender a conhecer seu potencial turístico e como atender ao turista. Esses programas todos apelam para a sedução motivadora por meio da técnica Zopp. O que confirma o culto ao individualismo, pois toda a responsabilidade recaiu sobre o indivíduo como o grande responsável pelo desenvolvimento do turismo brasileiro, por isso a relevância que essa técnica dá ao moderador é elemento chave, pelo seu papel de minimizar os conflitos dos discursos que tentam ser mais críticos e de oposição.

Essa técnica ou modelo Zopp desencadeia um processo de sensibilização que tem por objetivo preparar os brasileiros para serem hospitaleiros para com o estrangeiro, na

verdade todo programa elaborado pelo governo Federal é no sentido de preparar o Brasil para receber o estrangeiro e é isso o que o Plano Nacional de Turismo explicita em sua matriz.

Referências Bibliográficas

IANNI Octavio. **Sociologia da Sociologia Latino-Americana**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

LUKÁCS, G. **As Bases Ontológicas do Pensamento e da Atividade do Homem**. In Revista Temas de Ciências Humanas. São Paulo: Ciências Humanas, nº 4, 1978.

MARX, Karl. **Manifesto do partido comunista**. São Paulo: Global, 1987.

..... **Para a crítica da economia política; Salário, preço e lucro; O rendimento e suas fontes: a economia vulgar**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MÉSZÁROS, István. Política radical e transição para o socialismo – Reflexões sobre o centenário de Marx. In: **Cadernos Ensaio 1 série grande formato**. Marx Hoje. São Paulo: Ensaio. 1987, p.115.

..... A teoria da alienação. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

SANTOS FILHO, João dos. O turismo em nossa latinidade: uma nova forma de colonização. In: **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. Miguel Bahl (organizador). São Paulo: Roca, 2003.

SANTOS FILHO, João dos. Espelho da história: O fenômeno turístico no percurso da humanidade: In. **Revista Tourism Global**. Turismo & Educação. São Paulo: www.periodicodeturismo.com.br V.2 n.1 novembro de 225. p.6 e 7.