



# **Turismo e lazer sustentáveis: discussão conceitual<sup>1</sup>**

**João Morais de Sousa<sup>2</sup>**

## **Resumo**

O artigo procura definir o turismo e o lazer numa perspectiva sociológica crítica e reflexiva. Destaca a preocupação em identificar o foco sociológico dessas atividades relacionando-as com o desenvolvimento sustentável e os impactos causados sobre a sociedade e o meio ambiente.

**Palavras-chave:** turismo, lazer, desenvolvimento sustentável

## **Sustainable tourism and leisure: conceptual quarrel**

### **Abstract**

This article aims to define tourism and leisure both in a critical and reflexive sociological perspective. It emphasizes the concern to identify the sociological focus of these activities connecting them with the sustainable development and the impact caused on society and environment.

**Key Words:** Tourism, leisure, sustainable development

---

<sup>1</sup> Uma versão ampliada deste texto, focada no ensino da sociologia do turismo e do lazer, foi publicada, originalmente em: CHAMON, E. M. Q. O, SOUSA, C.M. **Estudos interdisciplinares em Ciências Sociais**. Taubaté (SP): Cabral Editora Universitária, 2005.

<sup>2</sup> Doutor em Sociologia e Mestre em Ciência Política e professor da FACHO/PE e FACIG/PE. Endereço para contato: joaomsousa@uol.com.br

## A questão do turismo

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), turismo é qualquer deslocamento espontâneo e temporário de uma pessoa para fora da sua morada habitual por um motivo diferente daquele que se exerce por uma atividade paga/remunerada, por um período mínimo de 24 horas e, no máximo, de 60 dias. Uma primeira definição do que seja turismo é relacioná-lo a viagens.

Durante muito tempo, as viagens ficaram restritas a uma pequena elite economicamente privilegiada, mas a revolução industrial, o incremento das inovações tecnológicas e das relações de trabalho transformaram o turismo em um fenômeno organizado e comercial, estendendo-se a uma parcela maior da população.

Os Conflitos sociais (capital X trabalho), somados com os avanços nos meios de comunicação, transporte e marketing (elementos essenciais para a expansão do turismo), resultaram em ganhos sociais e em mais tempo livre, principalmente para a classe média. É importante lembrar que as classes mais abastadas – a aristocracia e a alta burguesia – sempre viajaram.

Uma definição mais elaborada é a de Mário Carlos Beni, que considera turismo:

[...] como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm numerosos fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica, científica, que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo de viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, imaginação projetiva, enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional e expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, abrangendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações dos equipamentos a ela agregados em mercados com produtos de qualidade e competitivos. (2002, p. 95)

A sociologia do turismo e do lazer, definida aqui, aproxima-se da visão de Maria das Graças de Menezes V. Paiva (2001), que não reduz todas as atividades envolvendo o setor do turismo em termos

operacionais nem ao nível econômico, embora este último seja preponderante. Ela tenta mostrar que há, ainda, uma dinâmica e uma complexidade de implicações sociais, políticas e culturais muito importantes no entendimento do turismo. No Brasil, de uma forma geral, o turismo é estudado com ênfase nos termos operacionais, com destaque para o consumo de bens e serviços turísticos.

O trabalho de Paiva (2001) apresenta uma abordagem crítica, dando ênfase para o turismo de negócio, analisando-o como um processo essencialmente comercial que envolve a comercialização, principalmente, de produtos não-tangíveis, voltados para o conforto e prazer dos turistas e que segmenta o turismo em várias modalidades:

Na produção e comercialização dos serviços turísticos, a supremacia da visão mercadológica chega a segmentar o turismo em diversos tipos, estabelecendo esforços mercadológicos específicos a cada clientela a ser atingida. Fala-se em turismo de lazer, de negócios, de congressos, profissional, educacional, esportivo, termal, ecológico, de terceira idade e de aventuras. (p. 21)

O ponto de partida, para entender sua abordagem, é visualizar o turismo na perspectiva do mercado, do consumo e da lógica da ideologia capitalista, superando a superficialidade e o imediatismo dos que consideram e promovem o turismo apenas em termos operacionais, do lucro e do status econômico, sem se preocupar e/ou valorizar os aspectos sociocultural, ambiental e educacional – emancipatórios e próprios da cidadania. A última visão ensina apenas a lógica do como fazer e não o porquê que determina o fazer em turismo. Enfim, Paiva defende a visão do denominado turismo crítico, sustentável, responsável e humano.

No prefácio do seu livro “Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens”, Jost Krippendorf (2001) explica que, desde da década de 70, passando pela de 80, estudiosos e cientistas vêm reivindicando o desenvolvimento de um turismo [e de um lazer] ‘equilibrados’, ‘suaves’, ‘inteligentes’, ‘sustentados’, que cumpram objetivos tais como: a) maior geração possível de recursos econômicos”; b) um bem-estar subjetivo da população, nas áreas de destino e nas regiões pelas quais se viaja; c) maior satisfação possível das necessidades dos visitantes; d) conservação da paisagem e natureza intactas, nas áreas de destino e nas regiões pelas quais se viaja.

Com base nos primeiros estudos, novas pesquisas se consubstanciaram em estratégias de ação voltadas para todos os estratos sociais, especialmente para as comunidades e regiões com maior fluxo de turismo, para as empresas de turismo e para os próprios turistas. Foram lançados vários trabalhos mostrando como se efetivava um turismo sustentável, os quais destacavam: turismo com conscientização, teses para um futuro desejável, teses para uma humanização das viagens e princípios para um desenvolvimento de turismo em harmonia com o homem e a natureza (Krippendorf: 2001: 7-8).

No chamado turismo humano, Jost Krippendorf defende um marketing turístico honesto e responsável

Eu gostaria que todos os prestadores de serviços da área turística assumissem plenamente suas responsabilidades em relação aos turistas, às populações locais e ao meio ambiente. Que contribuíssem e explicassem o que fazem em prol de um turismo humano, assim como as regras que devem ser observadas. Sugiro que formulem um credo do comportamento comercial não com algumas frases eloqüentes de âmbito geral, mas sob a forma de princípios expostos – em termos tão concretos quanto possível e convidando-os a publicá-los. (2001, p. 173)

Nesse sentido, há hoje uma grande discussão sobre a necessidade de o turismo voltar-se para a sustentabilidade, entendendo-se como tal uma conduta que, para atingir os benefícios atuais, não comprometa a capacidade de gerar benefícios futuros, ou seja, trabalha-se com o ideário de racionalização de uso, conservação e proteção adequada dos recursos do patrimônio natural e cultural, em equilíbrio com a existência humana e o bem-estar das comunidades presentes e futuras (Castrogiovanni, 2002, p. 63).

Para Castrogiovanni:

[...] o turismo sustentável avança por demonstrar maior comprometimento social, pois apresenta como objetivo principal o desenvolvimento de forma que não sejam superados os limites físicos e psíquicos dos elementos que compõem o patrimônio natural e cultural pertencentes aos atores atuantes no espaço para o qual foi planejado; portanto, a interação entre o turismo, o ambiente e os diferentes participantes deve ser

prioritária em todas as práticas territoriais.  
(2002, p. 63)

Segundo Clóvis Cavalcanti, uma política de governo para a sustentabilidade [adaptada aqui para o turismo e o lazer] significa uma orientação das ações públicas motivadas pelo reconhecimento da limitação ecológica, implicando necessidade de uma utilização cuidadosa da base biofísica e ambiental da economia, e de uma reorientação na maneira como os recursos da natureza são empregados e os correspondentes benefícios compartilhados. Nessa situação, o problema estratégico consiste em encontrar um fluxo metabólico sustentável que possa elevar o bem-estar societal sem causar danos às funções e serviços ambientais (2001, p. 38).

Com a Constituição de 1988, e especialmente depois de 1995, foi lançada, pelo governo federal, a *Política Nacional de Turismo*, que teve como base a descentralização das atividades turísticas das esferas federal e estadual para a municipal, tendo como estratégias principais infra-estrutura básica/capacitação, descentralização da atividade, modernização, marketing e promoção.

A principal mudança, dentro dessa visão formal, foi a institucionalização do programa nacional de municipalização do turismo. A justificativa da mudança centrou-se no discurso de que a força da cidadania está no município, enfatizando que é nele que as situações, de fato, acontecem; é ali que o cidadão nasce, vive, constrói sua história, fiscaliza e exerce o controle social. A realidade ainda é distante, mas se observam mudanças.

Quanto à necessidade de alunos e professores participarem das políticas públicas voltadas para o turismo e o lazer na localidade, Trigo enfatiza:

É importante que os docentes e alunos participem de alguns projetos em sua comunidade e em sua região. Essa participação pode ser feita em conjunto com as prefeituras ou o governo de seu estado. A Política Nacional de Turismo, elaborada pela Embratur, precisa ser conhecida e discutida em classe. A participação política não deve ficar restrita à esfera governamental. Existem sindicatos, igrejas e organizações governamentais que estão cada vez mais interessadas em lazer e turismo. (2000, p. 251).

É importante lembrar que, desde o seu nascedouro, o turismo é um fenômeno social complexo e se apresenta de forma

multidisciplinar, abarcando aspectos culturais, políticos, econômicos e geográficos, de um lado, e impondo quebra de limites rígidos das ciências, de outro. É consensual a visão de que o turismo deva trazer o desenvolvimento socioespacial justo e harmonioso (Castrogiovanni, 2002, p. 66-67).

No atual contexto de globalizações, Paiva (2001) analisa o turismo e o lazer voltados e envolvidos com propostas/planos de transformações sociais e implicados na construção de uma sociedade mais humana e justa, contrapondo-se aos excessos da indústria do turismo e do entretenimento.

As principais críticas levantadas à indústria do turismo dizem respeito ao turismo sustentável; por exemplo, como essa indústria desenvolve os elementos físicos, tangíveis, de seu produto, como novos hotéis, *resorts*, parques aquáticos, *beach parks*, aeroportos e, ainda, como opera, desde o consumo de energia, até as políticas de padrões salariais e condições de trabalho na exploração da vida selvagem.

As críticas são fundamentadas no sentido de que a indústria do turismo e do lazer: a) está excessivamente interessada nos lucros a curto prazo, não na sustentabilidade a longo prazo; b) está mais interessada em explorar o meio ambiente e as populações locais, que em conservá-las; c) está cada vez mais controlada por grandes corporações transnacionais, que não se interessam por determinadas destinações, como, por exemplo, não são sensíveis à situação local, em termos do ecossistema e da cultura; d) não está fazendo o suficiente para aumentar a percepção dos turistas em prol da sustentabilidade.

É importante destacar que iniciativas (timidamente) vêm sendo tomadas por algumas operadoras de viagens, depois que defensores do turismo e do lazer sustentável/responsável passaram a denunciar a atuação dessa poderosa indústria. Seguem algumas iniciativas: a) redução do consumo de energia; b) reciclagem de lixo; c) reduzir o desperdício, imprimir e divulgar dicas ecológicas em diversos meios de comunicação; d) doações a instituições de beneficência locais, ongs e escolas; e) pressão organizada para influenciar departamentos de turismo do governo local, para melhorar a infra-estrutura das destinações etc.; f) promoções de férias verdes especializadas.

A sociologia crítica alerta que, muitas vezes, os empreendedores da indústria do turismo e do entretenimento sobem no palanque do turismo sustentável somente quando há perspectiva de obter boa publicidade e de se reduzir custos e obter lucros fáceis, além de uma infra-estrutura a ser implantada pelo poder público como

saneamento básico, energia, estradas e transportes. E, ainda, obter subsídios, isenções e/ou reduções fiscais e tributárias.

Os empreendedores do turismo geralmente justificam a implantação das atividades turísticas exaltando aspectos econômicos, sociais e culturais. Na prática, observa-se uma prevalência e/ou até um determinismo dos interesses econômicos. Defendem empreendimentos com objetivos e estratégias definidos, considerando importantes questões estruturais para um desenvolvimento local sustentável que garanta melhoria na qualidade de vida da população, oportunizando emprego e renda. Não raro, a prática se distancia dessa realidade.

### Questões do lazer

Para Joffre Dumazedier, Lazer é

[...] um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais. (2000, p. 34)

A definição de Joffre Dumazedier abarca todas as ocupações às quais a pessoa pode se apegar, depois de se livrar das suas atividades/obrigações familiares, profissionais e sociais. Essa opção de livre e espontânea vontade de a pessoa escolher o que fazer, nesse tempo livre (fora dessas obrigações) é que é própria do lazer. O lazer também é visto como recurso dinâmico cultural, desenvolvendo papéis vitais na estrutura psicofisiológica das pessoas, como uma prática de liberdade e criatividade e, na perspectiva social, como elemento de integração social.

Nas questões do lazer, a sociologia estuda o processo que envolve as atividades voltadas para o deleite, o descanso, a distração, o entretenimento, para o prazer, nos tempos livres – sejam diários, semanais, mensais ou anuais – das pessoas, fora das suas obrigações formais, familiares e sociais. E, na concepção de Dumazedier (2000), uma atividade só pode ser considerada de lazer quando executada de forma voluntária (escolha pessoal), gratuita, liberatória e prazerosa.

Do ponto de vista psicológico, o lazer pode ser definido como qualquer atividade que provoque, proporcione ou predisponha o relaxamento do espírito. É uma atividade que se contrapõe, não ao

trabalho em si, mas à idéia da rotina do trabalho. As pessoas buscam essa contraposição (o lazer) para, sobretudo, relaxar o corpo e o espírito, a partir de uma necessidade orgânica e de uma necessidade psíquica. Segundo essa visão, o homem sem o lazer dificilmente conseguiria reintegrar-se consigo mesmo, para poder desempenhar e exercer as outras atividades rotineiras, árduas e fatigantes.

O lazer, na sociedade atual, não é somente uma possibilidade de as pessoas se aliviarem das tensões acumuladas pela própria sociedade, da vida social, do trabalho rotineiro e estafante, mas é, também, uma das indústrias mais importantes do mundo contemporâneo. Muitas vezes, as pessoas são vítimas do lazer compulsório. Nesse sentido, o lazer deixa de ser uma escolha pessoal e passa a ser obrigatório, imposto. Ou seja, o indivíduo passa a ser induzido para consumir determinados bens culturais, filmes, bares, restaurantes, grifes, músicas, esportes. Nesse caso, o lazer perde uma de suas características principais: a escolha pessoal. E passa a ser mercadizado e, com isso, transforma a recreação e o entretenimento (lazer) em fator de alienação e de desagregação social. Enfim, a indústria do entretenimento gera necessidades padronizadas, e o lazer passa a se ligar quase sempre a conceitos como os de moda, produtividade e status.

Com as mudanças ocorridas na sociedade, após a revolução industrial, principalmente no mundo do trabalho, o homem foi cada vez mais substituído pela máquina e, em decorrência, também, das conquistas sociais, a exemplo da redução da jornada de trabalho e melhorias salariais, passou a dispor de mais tempo livre. Esperava-se que esse tempo fosse utilizado em momentos de distração, entretenimento e lazer como veículo de educação, contribuindo para a compreensão da realidade, para o conhecimento de responsabilidades sociais e para auto aperfeiçoamento, por meio de atividades práticas, contemplativas e de relaxamento.

No entanto, a sociologia crítica chama atenção para o fato de o trabalho estar sendo 'liberado', não para o que a modernidade havia prometido – a saber, para o 'tempo livre', para o lazer e a cultura –, mas para o que ela sempre negou – a marginalidade e a exclusão, que segmentam a sociedade em novas classes (ou em algo que nem mesmo pode ser descrito por esse nome), inimigas figadais, portanto, dos projetos modernos de ampliação da cidadania cosmopolita. Tudo isso resultou numa reestruturação produtiva que, longe de contemplar os interesses econômicos e culturais da grande maioria dos brasileiros,



acirrou a exclusão social para a qual a sociedade brasileira já tende, desde sua formação (CERIS e FINEP, 1999, p. 5).

## Conclusão

Hoje para discutir o turismo e o lazer na perspectiva sociológica é imprescindível discutir o desenvolvimento histórico dessas atividades, observando não apenas o processo das interações e dos impactos sociais, provocados pelo deslocamento dos turistas, mas sobretudo, o relacionamento com a globalização, os desdobramentos culturais e o desenvolvimento sustentável. Ainda, considerar concepções de tempo, prazer, liberdade, cotidiano e espaço.

## Bibliografia

BENI, M. C. O profissional de turismo na sociedade pós-industrial. In: GASTAL, S., KRIPPENDORF, J. **Turismo: investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2002.

CASTROGIOVANNI, A. C. Existe uma Geografia do Turismo?. In: GASTAL, S., KRIPPENDORF, J. **Turismo: investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2002.

CAVALCANTI, C. Política de governo para o desenvolvimento sustentável. In: CAVALCANTI, C. (org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

CERES e FINEP. **Trabalho e formação em movimento**. Rio de Janeiro: Raio, 1999.

COELHO, T. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

DE MASI, D. **Desenvolvimento sem trabalho**. São Paulo: Esfera, 1999.

DE MASI, D. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. e. ed. São Paulo: Perspectiva: 2000.

FUNDAJ. **Pernas para o ar que ninguém é de ferro!** Recife: Massangana multimídia produções: 1998 (Vídeo).

**JOHN, S. Turismo sustentável: meio ambiente e economia.** São Paulo: Aleph, 2001.

**KRIPPENDORF, J. Sociologia do turismo: para uma compreensão do lazer e das viagens.** 2. ed., São Paulo: Aleph, 2001.

**LAGE, B. H. G., MILONE, P. C. (Orgs.). Turismo: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

**PAIVA, M. G. M. Sociologia do Turismo.** 7. ed. Campinas/SP: Papirus, 2001.

**PARKER, S. Sociologia do lazer.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

**PETROCCHI, M. Turismo: Planejamento e gestão.** São Paulo: Futura, 2001.

**SILVA, J. A. A. (Org.). Por uma concepção democrática e popular de esporte e lazer.** Recife, 2002.

**TRIGO, L. G. G. A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** São Paulo: Papirus, 2000.