
PAULA ABREU

Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra
e Centro de Estudos Sociais

Turismo Internacional de Jovens

O universo das formas, dos motivos e das representações juvenis sobre a viagem *

69

Neste artigo são discutidos os resultados de uma pesquisa sobre o turismo internacional de jovens, promovido pelas associações juvenis portuguesas. Defendem-se duas teses fundamentais: a primeira diz respeito ao carácter específico do turismo associativo. Argumenta-se que este se constitui como forma subsidiária do turismo de massas, devendo a sua funcionalidade a razões de natureza económica, subjacentes à racionalidade do consumo juvenil. A segunda tese refere-se ao universo das moti-

vações e ao imaginário sobre as viagens revelados pelos jovens turistas. Procura-se dar conta da sua similitude com os contextos motivacionais descritos pela literatura sociológica a propósito do turismo de massas. Conclui-se que as práticas de turismo juvenil em contexto associativo estão longe de se configurarem como o protótipo do turismo de aventura; pelo contrário, revelam-se muito próximas dos modelos convencionais da indústria do turismo de massas.

O

S lazeres juvenis foram, desde o século passado, objecto de inúmeras preocupações sociais e da intervenção de diversas instituições. Em particular, as práticas de lazer dos jovens das classes populares foram objecto das mais distintas formas de enquadramento e racionalização¹. Definidos de forma negativa, por oposição ao trabalho, como espaços vazios de conteúdo e, particularmente, refractários ao controlo social, os lazeres dos jovens das classes populares eram compreendidos como lugares eminentes de degradação dos costumes e de subversão da ordem social (Rojek, 1993).

Uma tal concepção social do lazer derivava do universo de valores da burguesia, estruturado em torno de uma ética do trabalho por referência à qual o lazer era definido como espaço de edificação moral dos indivíduos, complementar ao

Introdução

* Este artigo apresenta alguns dos resultados de uma pesquisa levada a cabo no âmbito do Centro de Estudos Sociais, com o apoio da Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica (Abreu, 1995).

¹ Sobre os movimentos de racionalização do lazer das classes operárias ver Margarida Faria (1994).

espaço do trabalho (Rojek, 1989). A importância atribuída ao enquadramento dos lazeres juvenis, bem como, de uma forma geral, à educação dos jovens operários, encontrava-se associada às necessidades capitalistas de formação de novas gerações de operários, disciplinadas e adaptadas à organização do novo sistema produtivo.

No nosso século, o desenvolvimento do modelo fordista de acumulação capitalista e a constituição do Estado Providência alteraram não só as condições que definem a juventude como etapa de transição entre a infância e a vida adulta, como o modo de produção e regulação social dos lazeres.

Em primeiro lugar, a constituição dos sistemas oficiais de educação deu lugar a uma escolarização crescente das camadas juvenis de todas as classes sociais e a um retardamento da sua entrada na vida activa. A transição entre a infância e a vida adulta tornou-se uma etapa prolongada, socialmente controlada pelo sistema de educação, no interior do qual os jovens têm a oportunidade de desenvolver uma multiplicidade de práticas sociais especificamente juvenis. Simultaneamente, o desenvolvimento das indústrias culturais e dos lazeres proporcionou aos jovens o acesso a um conjunto de produtos e serviços não directamente subordinados à lógica da regulação moral dos comportamentos, presente nos espaços familiar e escolar. Objectos de consumo individual ou grupal, os lazeres proporcionam aos jovens os espaços indispensáveis à constituição autónoma das suas identidades individuais e colectivas.

Neste contexto, as práticas lúdico-culturais transformam-se numa importante dimensão dos fenómenos juvenis contemporâneos. Tornadas a sua face mais visível, estas práticas passaram a ser uma das dimensões mais estudadas pela sociologia.

Na perspectiva das análises sociológicas, a interpretação das práticas de lazer dos jovens tem obedecido a duas lógicas fundamentais:

- a lógica funcionalista, que subordina a compreensão destas práticas à concepção dos mecanismos de socialização e integração social das jovens gerações no contexto do sistema social. Nesta perspectiva, os lazeres juvenis constituem um espaço ambíguo, no interior do qual se desenvolvem processos de socialização secundária indispensáveis à autonomização das identidades sociais dos jovens, mas, onde se observam, ao mesmo tempo, processos de desregulação social, poten-

cializadores de formas marginais ou desviantes de comportamentos e práticas sociais.

- a lógica culturalista, que interpreta as culturas juvenis à luz das relações de classe, pondo em relevo o papel das práticas culturais e de lazer dos jovens na resolução das contradições estruturais da sociedade. Deste ponto de vista, as práticas de lazer dos jovens desenvolvem-se no quadro das condições sócio-económicas que definem a posição dos indivíduos e das suas famílias na estrutura de classes, reflectindo os conflitos e as contradições que presidem às relações entre as diferentes classes.

71

A bipolarização dos quadros conceptuais que, no contexto da sociologia da juventude, têm permitido interpretar as práticas de lazer dos jovens nem sempre contribuiu para uma compreensão adequada da natureza destas práticas, uma vez que a análise tende a centrar-se na compreensão das especificidades dos fenómenos juvenis, ignorando, com frequência, uma perspectiva mais global sobre as características do lazer contemporâneo. É neste sentido que entendemos ser benéfico para a compreensão do significado dos lazes juvenis, o desenvolvimento de uma abordagem que privilegie a perspectiva dos quadros conceptuais da sociologia do lazer, na medida em que as práticas dos jovens partilham das características globais dos fenómenos de lazer. Este artigo procura ilustrar esta opção analítica através da apresentação e discussão dos resultados de um estudo empírico sobre as práticas de turismo juvenil.

Integrado num trabalho mais amplo sobre as formas de enquadramento institucional dos lazes juvenis, o estudo a que nos referimos procura caracterizar as práticas de turismo juvenil desenvolvidas no âmbito de projectos promovidos por Associações Juvenis.

As práticas de turismo constituem um caso exemplar no que diz respeito à ilustração das características das actividades de lazer. A sua análise permite-nos observar os traços que definem o turismo como fenómeno de lazer e, simultaneamente, identificar algumas especificidades do turismo juvenil.

Os dados empíricos que iremos apresentar resultam da realização de dois inquéritos. O primeiro foi aplicado às vinte e nove Associações Juvenis reconhecidas oficialmente como associações de âmbito nacional e procurava estabelecer o

perfil destas associações e identificar o seu papel na promoção de formas de mobilidade internacional de jovens. O segundo inquérito teve por objectivo conhecer as formas do turismo associativo, os motivos e as representações sobre a viagem dos jovens participantes em projectos de turismo de quatro associações: a Associação para a Promoção Cultural da Criança APCC, o Movimento Cristão para a Paz MCP, o Grupo Media e a Juvemedia.

Com o objectivo de situar o conjunto de questões que presidiram à elaboração do referido estudo, começamos por expor, brevemente, os pressupostos teóricos indispensáveis à discussão dos dados empíricos, para logo de seguida, apresentar e discutir os resultados da pesquisa.

72

1. Uma abordagem sociológica dos lazeres

Na perspectiva de Norbert Elias e Eric Dunning (1992), os fenómenos de lazer definem-se no contexto dos processos de controlo e regulação social desenvolvidos no âmbito das sociedades contemporâneas. As actividades de lazer são actividades nas quais os indivíduos procuram formas de excitação agradável, de expressão e realização individual, permitindo uma fuga temporária à rotina que preside às actividades do quotidiano, profissionais, escolares, familiares ou outras. Por outro lado, os mesmos autores salientam a importância das actividades de pura sociabilidade — *o lazer comunitário* — no contexto das práticas de lazer, definindo-as como geradoras de tensões emocionais agradáveis e de formas descomprometidas de integração social (Elias e Dunning, 1992: 179).

Para os jovens, a suspensão temporária das formas de vigilância e controlo social é tanto mais importante quanto estes se encontram sujeitos a intensos processos de socialização, através dos quais se pretende que interiorizem um sistema de hábitos de controlo psíquico e emocional indispensáveis à sua integração numa sociedade fortemente regulada (Elias, 1990: 196-200). Os lazeres constituem uma oportunidade de fuga dos jovens à tensão imposta pelos processos de *regulação moral* (Corrigan e Sayer, 1985: 4) e de educação civilizante, oferecendo uma oportunidade de concentração sobre si próprios e de interacção descomprometida com os seus companheiros.

O risco que, frequentemente, se associa a este tipo de práticas é um risco inerente a todas as actividades de lazer. O risco de subversão da ordem social encontra-se sublimado

pelo carácter mimético de grande parte dos fenómenos de lazer e é um elemento fundamental ao prazer dos indivíduos (Elias e Dunning, 1992: 150-151). No caso das actividades de lazer juvenil, é com frequência que este risco é considerado excessivamente perigoso, convocando discursos alarmistas sobre o carácter desviante das práticas juvenis. Na nossa perspectiva, a popularidade destes discursos relaciona-se com a definição da própria condição juvenil, entendida como etapa da vida dos indivíduos durante a qual estes produzem e reproduzem as suas identidades sociais, através de processos de aprendizagem social.

No entanto, para os jovens, tal como para a generalidade dos indivíduos, o lazer constitui um espaço de autonomia difícil de encontrar nos contextos familiares, escolares ou sociais. Por outro lado, o lazer oferece oportunidades de experimentação de comportamentos e de práticas que, em outras circunstâncias, dificilmente seriam aceites. Individualmente ou em grupo, os jovens procuram ensaiar novos modos de ser e de fazer, adquirindo um capital de experiência importante para a condução dos processos de negociação das suas identidades que ocorrem em outras esferas sociais.

O turismo constitui um fenómeno exemplar no que diz respeito ao lazer contemporâneo e às formas de regulação social do mesmo. Parte integrante das formas racionais de recreação promovidas pelas classes burguesas, no sentido de enquadrar as práticas lúdicas das classes populares, o turismo rapidamente foi absorvido pela indústria dos lazeres, transformando-se em fenómeno de massas (Urry, 1991).

O seu carácter arquetípico relativamente às formas de lazer contemporâneo advém do conjunto de dimensões que definem a experiência turística. Na perspectiva de John Urry, essas dimensões são fundamentalmente três: o afastamento relativamente aos espaços quotidianos do trabalho, da escola e da residência, por períodos relativamente curtos; o consumo de bens e serviços pelo facto de esta prática ser geradora de prazer; e, por último, a experiência de um olhar — *the touristic gaze* — sistemático e socialmente organizado sobre um conjunto de paisagens, rurais, urbanas ou outras, diferentes das que preenchem o quotidiano (Urry, 1991: 1-4).

Proporcionando inúmeras oportunidades de evasão relativamente à rotina quotidiana, o turismo não deixa de ser, contudo, uma actividade socialmente organizada:

2. Turismo: um arquétipo dos fenómenos de lazer contemporâneos

- por um lado, embora o interesse pela novidade e pelo desconhecido configure uma das principais motivações da viagem (Lee e Crompton, 1992), os turistas contemporâneos tendem a privilegiar uma experiência organizada do desconhecido. Ou seja, como afirma Erik Cohen, «*muitos dos turistas de hoje só conseguem apreciar a mudança e a novidade quando estas ocorrem numa situação de acentuada familiaridade, o que lhes permite sentirem-se suficientemente seguros para poderem disfrutar a novidade daquilo que experimentam*» (Cohen, 1972:166). A indústria turística proporciona os espaços e os mecanismos sociais indispensáveis à organização desta *experiência familiar do desconhecido*.
- por outro lado, ainda que respondendo a um crescente desejo de contacto com realidades e experiências autênticas, a indústria do turismo promove a crescente produção de espaços especificamente turísticos — *touristic-settings* —, no interior dos quais se produz uma encenação da vida real, que se mantém inacessível ao olhar dos visitantes (MacCannell, 1976: 98-102). Desta forma, são também protegidos os indivíduos, os grupos ou as sociedades que constituem objectos do consumo turístico.

A ambiguidade subjacente a estas duas faces do turismo traduz uma característica mais genérica dos fenómenos do lazer. Estes constituem espaços socialmente organizados de fuga às rotinas quotidianas, assumindo, com frequência, um carácter essencialmente mimético face a essas mesmas rotinas.

3. Turismo associativo: uma alternativa ao turismo de massas

No nosso país, as Associações Juvenis têm assumido um importante papel na dinamização e promoção de actividades e serviços de lazer directamente dirigidos aos jovens, complementando a intervenção do Estado neste domínio².

O inquérito realizado junto das vinte e nove Associações Juvenis reconhecidas oficialmente como associações de âmbito nacional, permitiu-nos observar que, entre outras acti-

² Para uma análise mais completa do papel das associações juvenis na dinamização dos lazers dirigidos aos jovens, bem como da sua relação com as políticas estatais ver Paula Abreu (1995).

vidades de lazer, estas associações desenvolvem, com regularidade, projectos de mobilidade e intercâmbio internacional de jovens. Em particular, durante a época de Verão, essas actividades multiplicam-se, assumindo um carácter lúdico-cultural mais acentuado.

À margem dos circuitos comerciais da indústria turística, os programas associativos de turismo juvenil constituem uma alternativa funcional aos programas comercializados pelas agências de turismo. A distinção entre as lógicas associativa e comercial de promoção turística reside, fundamentalmente, nos objectivos que as associações definem para os seus projectos. Estes incidem sobre a formação pessoal e cultural dos jovens participantes, transpondo para a organização de programas turísticos a lógica subjacente à actuação mais global das associações, que revela um pendor de regulação sobre a forma e o conteúdo das práticas de lazer juvenis. Na perspectiva das associações, o turismo, fenómeno de mobilidade com objectivos eminentemente lúdico-culturais, contém inúmeras potencialidades pedagógicas no que diz respeito à formação e interiorização de disposições sociais constitutivas de um espírito cosmopolita, transformando-se numa actividade particularmente adequada à educação e integração social das novas gerações³.

Mas se, do ponto de vista da lógica subjacente à produção dos programas, os projectos de turismo associativo se distinguem dos serviços oferecidos pela indústria turística, do ponto de vista da sua forma, o modelo associativo aproxima-se das características do turismo de massas.

A realização de um inquérito aos jovens participantes nos projectos de mobilidade internacional levados a cabo por quatro das principais associações juvenis nacionais, permite-nos observar que os moldes que configuram estes projectos obedecem a disposições semelhantes àquelas que podemos encontrar nos programas das agências de viagem⁴. Na sua generalidade, as associações assumem as responsabilidades

³ Neste sentido, as associações recuperam, em novos moldes, a filosofia subjacente às viagens que os jovens aristocratas europeus (particularmente, ingleses) realizavam, nos séculos XVIII e XIX, por diversos países europeus — o *Grand Tour* (Boyer, 1980).

⁴ O inquérito a que nos referimos foi realizado em colaboração com a APCC — Associação para a Promoção Cultural da Criança —, o MCP — Movimento Cristão para a Paz —, o Grupo Media e a Juvemediá. Estas associações disponibilizaram o contacto com os participantes nos seus programas de mobilidade realizados nos Verões de 1992 e 1993, permitindo a aplicação de um questionário através do correio. Na totalidade foram enviados 518 inquéritos, foram recebidos 280 (54%) e foram considerados para análise 264.

logísticas de transporte, alojamento e alimentação dos participantes, definem previamente os programas de actividades a desenvolver durante a viagem e, por último, designam animadores que acompanham os grupos de jovens e a quem cabe a responsabilidade da gestão do programa de viagem.

No entanto, apesar das similaridades com os serviços de uma agência de viagens, existem algumas especificidades na actuação das Associações. Elas dizem respeito a dois aspectos fundamentais, directamente relacionados com o público juvenil a que estes programas se dirigem.

O primeiro dos aspectos refere-se às formas de alojamento a que as associações recorrem. Se os hotéis representam uma parcela importante dos locais de alojamento, não é possível deixar de salientar a importância do recurso a instalações que se encontram fora dos circuitos turísticos comerciais. Referimo-nos ao campismo, aos albergues juvenis e, em particular, a casas de famílias nos locais visitados.

O recurso a estas soluções parece-nos compreensível atendendo, por um lado, ao tipo de participantes nestes projectos: jovens, menos exigentes relativamente à qualidade dos serviços prestados e, potencialmente, predispostos a aceitar formas de alojamento menos clássicas. Por outro lado, tendo em consideração o facto de o recurso a este tipo de instalações representar uma redução substancial dos custos associados à organização e realização das viagens.

Os aspectos económicos são relevantes, simultaneamente, para as associações e para os participantes, representando o segundo tipo de especificidades que podemos encontrar nos programas de viagem organizados pelas associações. A análise dos dados disponíveis relativamente às fontes de financiamento mobilizadas pelos jovens participantes permite observar o carácter compósito dos orçamentos de viagem. Estes são constituídos parcialmente por recursos próprios e, complementarmente, por importantes contributos dos pais e das próprias associações.

A importância das contribuições familiares para os orçamentos de viagem é um dado que se encontra directamente relacionado com a dependência económica que caracteriza a condição juvenil, no nosso país⁵. No entanto, a observação da comparticipação das associações no custeamento das despesas de alguns dos participantes nos seus programas

⁵ Sobre as condições que definem a dependência económica da juventude, em Portugal, ver Luísa Schmidt (1989 e 1990).

representa uma novidade, apontando para um forte empenhamento das associações na promoção da mobilidade internacional de jovens.

Esta característica reforça a hipótese formulada anteriormente, segundo a qual o turismo associativo, contendo algumas especificidades relativas aos objectivos e aos modelos organizativos, constitui uma forma subsidiária do turismo de massas. Trata-se de uma hipótese ainda mais fortemente reforçada pelos dados que resultam da análise das razões que justificam a opção dos jovens por estas formas de viagem, e pela observação do perfil social dos jovens inquiridos.

Para os jovens existe uma razão muito pragmática subjacente à lógica da sua opção pelos programas associativos: os custos económicos da viagem. O turismo associativo constitui uma forma menos onerosa de viajar. A relevância deste facto encontra-se profundamente associada ao carácter precário do estatuto económico da generalidade dos jovens, já apontado anteriormente.

A premência com que as razões económicas são invocadas conduz-nos a observar que os custos associados ao turismo internacional tornam esta prática dificilmente acessível à maioria dos jovens. Um facto que a caracterização do perfil social dos inquiridos vem reforçar, colocando em evidência o restrito campo de recrutamento social destes jovens.

Os jovens turistas a que nos estamos aqui a referir tinham, à data da realização do inquérito, idades que variavam entre os 14 e os 34 anos, embora fosse dominante o grupo etário dos 18 aos 24 anos (63% do total), logo seguido pelo grupo dos 25 aos 29 anos (24%). Estes jovens eram predominantemente estudantes (55,3% do total) ou jovens profissionais (41%), com elevados níveis de formação académica (75,4 % frequentava ou frequentara o ensino superior, e 24,3% o ensino secundário).

A importância do número de jovens com níveis superiores de formação escolar constitui o primeiro indicador do restrito alcance social das práticas turísticas, podendo ser confirmado através de uma referência à origem social destes jovens.

Os principais traços sociais dos agregados familiares de origem permitem-nos dar conta de uma proveniência social dominada pelas novas classes médias escolarizadas ligadas ao sector dos serviços. De facto, os jovens inquiridos provinham de agregados familiares em que os pais dispõem de níveis médios de escolaridade relativamente elevados —

53% das mulheres e 67% dos homens têm uma formação escolar de nível secundário ou superior — e exercem profissões mobilizadoras de elevados níveis de qualificação e formação: quadros dirigentes, profissões intelectuais e científicas e profissões técnicas intermédias, fortemente concentrados no sector terciário, absorvem cerca de dois terços dos agregados familiares. Uma situação que é observada, de forma exponencial, quando temos em consideração a situação sócio-profissional dos inquiridos que, à data, tinham já uma inserção profissional. Estes exerciam actividades profissionais que também os enquadravam predominantemente (81,7%) nos três primeiros grupos sócio-profissionais: quadros dirigentes (7,7%); profissões intelectuais e científicas (51%) e profissões técnicas intermédias (23,1%), e os localizavam no mesmo tipo de classes.

O perfil social que estes dados permitem delinear põe em evidência a preponderância de jovens oriundos das novas classes médias, com forte aptência para consumos de bens culturais e de lazer. A sua relação com o associativismo juvenil e as razões que apresentam para a sua opção pelos programas associativos põem em evidência o carácter socialmente restrito das práticas de turismo internacional, dificilmente acessíveis à maioria dos jovens.

4. O universo do turismo juvenil: motivos e representações sobre a viagem

A análise das características das viagens organizadas pelas associações remete, ainda que com algumas especificidades, para a similitude entre os programas associativos e o perfil de serviços prestados pela indústria do turismo. Assim, é indispensável interrogarmo-nos sobre as motivações que conduzem os jovens a optar por esta forma de viagem e não pelos serviços oferecidos pela indústria turística.

Como tivemos oportunidade de referir anteriormente, a razão subjacente à opção dos jovens pelos projectos associativos relaciona-se com factores de natureza económica. Para os jovens, esta é uma questão incontornável que molda a racionalidade de grande parte das suas decisões. Por isso, as questões económicas assumem um carácter distinto do conjunto das motivações que levam os jovens a viajar. Do ponto de vista estritamente turístico, o universo das motivações é representado, sistematicamente, por quatro tipo de razões que representam os programas associativos como:

- uma oportunidade de aventura;
- uma possibilidade de viajar com amigos;

- uma possibilidade de conhecer pessoas da mesma idade;
- uma oportunidade de conhecer outras culturas.

Considerado na sua globalidade, este conjunto de motivos remete-nos para o clássico universo de motivações referidas na literatura sociológica como caracterizadoras do turismo (Krippendorf, 1989: 48-63): a ruptura com o quotidiano; as relações de sociabilidade informais, libertas das formas de controlo exercidas quotidianamente; a busca de universos diferentes ou estranhos.

Independentemente dos discursos produzidos pelas associações acerca das suas próprias actividades, insistindo sobre a dimensão educativa dos seus projectos, os jovens que as integram assumem explicitamente a sua dimensão lúdico-turística.

A relevância atribuída às relações de sociabilidade, quer estas se refiram ao círculo dos amigos, quer remetam para a constituição de novas relações, assinala a importância atribuída pelos jovens ao grupo dos pares⁶. É no contexto do círculo de amigos que têm lugar as experiências de um mundo desconhecido, através da mobilização colectiva de um forte espírito de aventura.

O contacto com universos sociais diferentes dos ambientes quotidianos é uma característica inerente ao fenómeno do turismo. O consumo desses espaços, nomeadamente, o seu consumo visual, produz um universo de representações mentais de carácter impressionista (Urry, 1992). Este mesmo facto é confirmado pelas respostas dos inquiridos a uma questão sobre os aspectos mais agradáveis dos locais visitados. Os jovens referem-se a um conjunto de imagens que configuram uma memória fotográfica sobre os locais visitados e acentuam a dimensão pictórica do consumo turístico: os monumentos, as pessoas, as paisagens, as ruas e os edifícios.

O turismo, proporcionando uma aproximação temporária às realidades sociais visitadas, fixa como produto final as imagens apreendidas nas películas fotográficas, reproduzidas em inúmeros artefactos de consumo turístico e, em última instância, na memória visual dos indivíduos. A superficiali-

⁶ Este mesmo facto é observado em diferentes estudos empíricos sobre a juventude portuguesa, os quais destacam a função socializadora e identitária dos grupos de idade (Pais, 1989, 1990 e 1994).

objectos do consumo turístico tem sido pretexto para algumas abordagens de tom crítico, relativamente ao turismo de massa. O exemplo mais característico é o trabalho de Daniel Boorstin (1964) sobre os *pseudo-acontecimentos*. Contudo, na nossa perspectiva, uma abordagem sociológica do turismo não pode centrar-se unicamente nos aspectos sócio-culturais do turismo, ignorando a sua dimensão lúdica. A especificidade do turismo encontra-se menos na morfologia das práticas e dos objectos turísticos, e mais no significado atribuído pelos turistas aos seus comportamentos e à apropriação dos objectos. Embora os universos turísticos se caracterizem, na sua generalidade, por uma autenticidade encenada (MacCannell, 1976: 91), tal facto não impede que o turismo, como prática social, cumpra funções intrínsecas aos fenómenos de lazer.

O carácter de indissociabilidade das dimensões cultural e lúdica é observável nas respostas dos inquiridos a uma interrogação sobre o significado que atribuem à ideia de viagem (ver Quadro I).

A elaboração de uma escala, constituída pelo conjunto

Quadro I

Atitudes dos jovens perante diferentes aspectos da viagem

	Discorda (%)	Sem opinião (%)	Concorda (%)
1. Viajar contribui para o enriquecimento cultural dos indivíduos	0,8	2,3	97,0
2. Viajar dá-nos a oportunidade de exercitar os conhecimentos de línguas estrangeiras	1,1	3,0	95,8
3. Viajar permite-nos conhecer regiões diferentes das nossas	1,1	1,1	97,7
4. Viajar é uma forma de conhecer a história de outros países	1,9	13,3	84,8
5. Viajar é uma maneira de conhecermos costumes diferentes dos nossos	1,1	1,1	97,7
6. Viajar é a maneira de conhecermos os principais monumentos de cada país	5,7	16,3	77,9
7. Viajar é uma forma interessante de conhecer pessoas diferentes de nós	1,1	3,0	95,8
8. Viajar é uma boa forma de nos divertirmos	0,8	6,1	93,2
9. Viajar proporciona muitas possibilidades de estabelecermos novos laços de amizade	2,3	8,4	89,4
10. Viajar ajuda-nos a aprender como nos desenvencilharmos em situações imprevistas	3,0	15,6	81,4
11. Viajar é uma forma de aprendermos a ser responsáveis por nós próprios	9,5	19,8	70,7
12. Viajar é uma forma de aventura	2,3	11,8	85,9
13. Viajar é uma boa forma de descansar	26,6	35,7	37,6
14. Viajar é importante porque, hoje em dia, todas as pessoas viajam	63,1	31,9	4,9
15. Viajar é importante para o prestígio de cada um	60,1	27,0	12,9

dos quinze itens apresentados no Quadro I, relativos a diferentes aspectos do imaginário das viagens, permitiu-nos observar que, na sua globalidade, os inquiridos atribuem uma grande importância a todos os aspectos culturais, relacionais e lúdicos da viagem.

Apenas o item relativo à associação entre as ideias de viagem e de descanso (item 13) desencadeia uma atitude de hesitação, observável numa distribuição relativamente equitativa dos inquiridos perante as posições de acordo (26,6%), desacordo (37,6%) e ausência de opinião (35,7%). Por outro lado, são os itens relativos à relação da viagem com o prestígio ou status social (itens 14 e 15) aqueles que desencadeiam uma clara atitude de desacordo⁷.

Na sua globalidade, as afirmações transcritas no Quadro I constituem uma representação homogénea sobre a viagem⁸. No entanto, uma análise mais detalhada dos dados permitiu-nos a identificar quatro dimensões distintas das representações juvenis sobre a viagem⁹:

1. Uma dimensão cultural, composta pelos itens 1,2,3,4,5 e 6 da escala.
2. Uma dimensão de sociabilidade, na qual se integram os itens 7,8 e 9.
3. Uma dimensão de aventura, constituída pelos itens 10, 11 e 12.
4. Uma dimensão de descanso, referente ao item 13.
5. E, finalmente, uma dimensão de prestígio, representada pelos itens 14 e 15.

No que diz respeito à dimensão cultural, podemos destacar o facto de o enriquecimento cultural proporcionado pela viagem conter elementos de diferente natureza. Um conhecimento pictórico das regiões ou países visitados: as paisagens e os monumentos. Mas também uma aproximação ao quotidiano da língua, dos costumes e da história (ver Gráfico 1). Estes indicadores não nos permitem discutir a profundidade do conhecimento adquirido e da relação estabelecida com as

⁷ Estes mesmos dados são observáveis através da matriz de correlações, na qual é possível constatar que todos os itens variam no mesmo sentido, com excepção daqueles que se referem ao status: itens 14 e 15 do Quadro I.

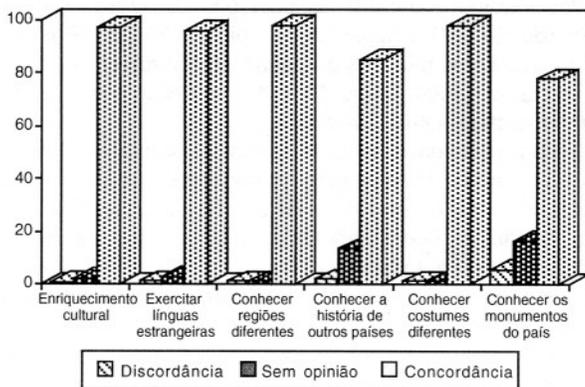
⁸ Os testes de consistência da escala permitiram-nos obter um valor para o Alpha de Cronbach igual a 0,7708, cujo significado atesta a homogeneidade da escala. Apenas a eliminação dos itens 14 e 15 poderia aumentar a sua consistência interna.

⁹ O conjunto de dimensões da escala encontra-se testado através dos testes de consistência.

culturas visitadas, mas, simultaneamente, impedem-nos de negar o contributo do turismo para o enriquecimento dos universos culturais dos indivíduos.

Gráfico 1

Representações sobre a viagem: dimensão cultural (%)



Fonte: IEVJP

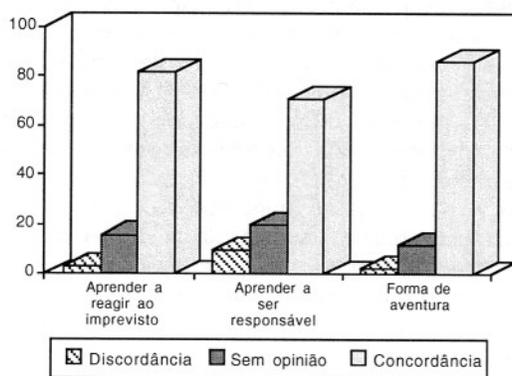
A suspensão da relação com os espaços físicos, sociais e culturais da residência e do trabalho permite um abrandamento das regras sociais que presidem ao quotidiano. A alternância de espaços dá lugar à alternância de comportamentos. A viagem é também oportunidade de aventura. Face ao desconhecido e ao imprevisto, processa-se a aprendizagem de um comportamento responsável, um comportamento que, assumindo a experiência do risco, não comprometa os limites socialmente convencionados (ver Gráfico 2). Nesta perspectiva, a aventura inerente ao turismo não se constitui apenas como elemento de prazer, mas assume também uma dimensão pedagógica importante.

A experiência do risco, a *busca da excitação*, proporciona uma oportunidade lúdica, cuja experiência se não faz individualmente. A sociabilidade descomprometida das relações de lazer contrasta com as regras estabelecidas do comportamento ordinário. Tal como em muitas outras práticas de lazer juvenis, conhecer pessoas diferentes, estabelecer novos laços de amizade, mostra-se indissociável do divertimento proporcionado pela viagem (ver Gráfico 3).

Neste sentido, é possível aceitar a ideia de uma contribui-

Gráfico 2

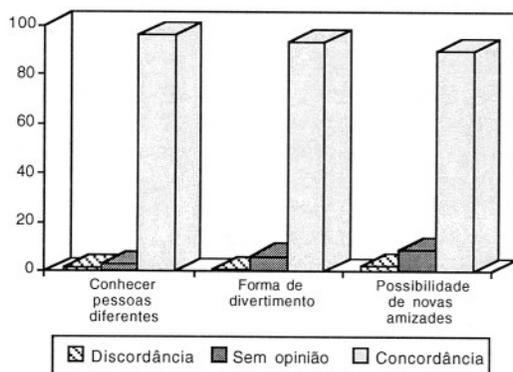
Representações da viagem: dimensão da aventura (%)



Fonte: IEVJP

Gráfico 3

Representações da viagem: dimensão da sociabilidade (%)



Fonte: IEVJP

ção do turismo para a estruturação de um *cosmopolitismo estético*, definido por Scott Lash e John Urry como um conjunto de disposições sociais que integram um espírito de abertura à relação com os outros, a disponibilidade para correr riscos e, por último, as capacidades para reflectir sobre as diferenças estéticas entre meios sociais, culturais e naturais distintos (Lash e Urry, 1994: 256). O turismo permite uma

experiência do mundo contemporâneo marcada pela diversidade dos universos culturais e simbólicos, das relações sociais e dos comportamentos. Uma experiência que permite aos indivíduos incorporar no seu mapa de representações sobre a realidade social um conjunto de disposições que potencializam a sua abertura à novidade e à diferença.

O sentido pedagógico que é atribuído pelas associações à viagem compreende estas mesmas dimensões. No entanto, o que os dados permitem observar é o facto de estas dimensões serem intrínsecas aos fenómenos de lazer. Por outro lado, os aspectos relativos ao risco da aventura e às relações de sociabilidade evidenciam as potencialidades do turismo, como de outros fenómenos de lazer, no que diz respeito à produção de espaços de autonomia, favoráveis a uma negociação de identidades.

Com efeito, como se pode confirmar pelos Gráficos 1, 2 e 3, os inquiridos manifestam uma expressa concordância relativamente aos aspectos culturais, relacionais e lúdicos da viagem. Mas, como é possível observar no Gráfico 4, hesitam quando está em causa a relação entre a viagem e a redução de tensões. O carácter activo da viagem, embora proporcione uma ruptura temporária com o sistema de regras quotidianas, não proporciona o relaxamento associado a formas menos activas de lazer.

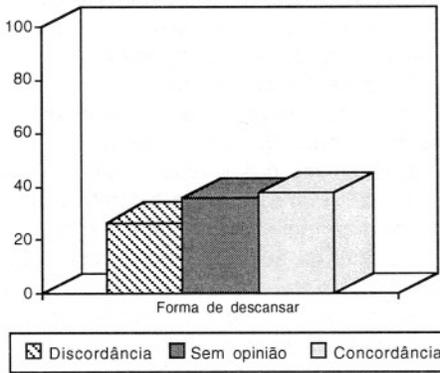
As dimensões do descanso e do relaxamento parecem ser entendidas como o *dolce far niente*, mais do que como a quebra de rotinas. Essa definição de lazer como tempo livre, tempo vazio de actividades, distancia-se do dinamismo associado às dimensões anteriormente referidas (ver Gráfico 4).

Os aspectos da viagem associados ao prestígio ou status social produzem uma reacção negativa dos inquiridos, visível na distribuição das suas respostas pelas posições de discordância, concordância e ausência de opinião (ver Gráfico 5). Independentemente das funções simbólicas desencadeadas pelas práticas de turismo dos indivíduos, os efeitos estatutários da viagem tendem, assim, a não ser explicitamente admitidos pelos indivíduos.

Os dados empíricos traduzem uma concepção do turismo que acentua as dimensões do distanciamento ao quotidiano dos espaços físicos, dos ambientes culturais e dos contextos relacionais. Tal como Erik Cohen (1972) refere, esse distanciamento produz-se na medida em que se valoriza a procura da novidade, da relação com universos diferentes. Contudo, essa relação com o diferente constrói-se dentro de alguns limites,

Gráfico 4

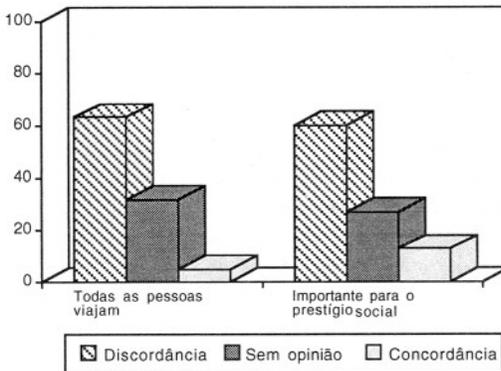
Representações da viagem: dimensão do descanso (%)



Fonte: IEVJP

Gráfico 5

Representações da viagem: dimensão do prestígio (%)



Fonte: IEVJP

garantindo aos indivíduos a manutenção dos limiares de segurança indispensáveis ao seu conforto psicológico. Recorrendo aos conceitos de Anthony Giddens (1994), podemos afirmar que, os *riscos* associados à busca da novidade inerente ao turismo não podem, contudo, exceder os limites psicológicos que põem em causa a *segurança ontológica* dos indivíduos, sob pena de deixarem de proporcionar prazer e, pelo contrá-

rio, passarem a provocar algum sofrimento. É nessa mesma linha que se situam Norbert Elias e Eric Dunning (1992), quando afirmam que o lazer se refere à busca da estimulação das tensões e da exposição ao risco (excitação agradável), mas em contextos socialmente controlados e miméticos, que mantêm os riscos dentro dos limites exigidos pela necessidade de segurança dos indivíduos e da sociedade.

São estes condicionalismos que podemos observar quando analisamos as respostas dos jovens inquiridos a três questões que equacionam uma situação hipotética, definida pela possibilidade ideal de realização de uma viagem e pelo pressuposto da ausência de qualquer tipo de constrangimentos. Nestas circunstâncias:

- Que tipo de destino prefeririam os inquiridos?
- Qual o modelo da viagem que escolheriam?
- Com quem gostariam de se relacionar?

Em relação ao locais de destino, as opções dos inquiridos revelam uma preferência pelos lugares caracterizados por universos culturais distintos dos seus universos de origem (69,5%). Esta atracção por ambientes estranhos é reforçada pelo tipo de relações de sociabilidade que os inquiridos gostariam de cultivar durante a viagem: estabelecer o máximo de contactos ou relações de conhecimento com os autóctones (66,1%), em detrimento das relações com outros turistas (33,8%).

Este facto testemunha alguns dos aspectos referidos por Dean MacCannell (1976) como caracterizadores do turismo moderno. Para este autor, os turistas alimentam um profundo fascínio pela vida real dos outros, procurando conhecer os aspectos quotidianos das suas vidas. Deste ponto de vista, os elementos associados às representações pictóricas dos espaços visitados (as paisagens, os monumentos, as manifestações culturais) são menos interessantes, porque mais facilmente estão sujeitos a formas de encenação que estabelecem uma distância ao mundo real. As pessoas tornam-se os testemunhos mais fiáveis da autenticidade que os turistas modernos procuram (MacCannell, 1976: 91-107).

Mas se os indicadores relativos ao imaginário dos espaços e das pessoas revelam a atracção dos jovens turistas pela novidade e pela autenticidade, já as suas opções relativamente às formas ideais de viagem demonstram o que Erik Cohen (1972) tem observado. Isto é, a necessidade de, em contextos sócio-espaciais distintos dos quotidianos, conser-

var um universo de familiaridade, que assegura aos indivíduos o mínimo de segurança e de conforto. É neste sentido que compreendemos a preferência que os inquiridos expressam por modelos semi-organizados ou organizados de turismo. Os dados mostram-nos que 30,4% dos inquiridos preferiam recorrer ao serviço de agências ou de associações juvenis para a organização de viagens. As formas semi-organizadas, com ou sem recurso às agências de viagem, representam 55,9% das opções e apenas 13,7% dos inquiridos afirmam que gostariam de *partir à aventura*.

Ao contrário do que o imaginário acerca do turismo juvenil poderia fazer esperar, poucos são os jovens que demonstram um desejo de pura aventura. Esta deve ser filtrada pelos mecanismos organizativos que permitam manter um equilíbrio adequado entre as oportunidades do risco e as margens de segurança indispensáveis ao conforto dos turistas. Estes dados contrariam o tradicional imaginário do turista juvenil, associado, na Europa, à experiência dos *inter-railers*. De mochila às costas, sozinhos ou aos pares, sem percurso ou destino fixo, vagueiam pelos quatro cantos do continente, ou mesmo do mundo.

Como refere Erik Cohen (1982), a própria literatura sociológica tem veiculado uma representação idílica dos turistas jovens, atribuindo às suas experiências características distintas das possíveis em contextos de turismo de massas:

Assume-se que as suas experiências são mais «autênticas» que as experiências do turismo de massas; acredita-se que se internam mais profundamente nas sociedades visitadas de modo a evitar os «locais turísticos» artificiais e a produzir um impacto mais salutar sobre aquelas sociedades (Cohen, 1982: 191).

No entanto, o próprio Erik Cohen (1982) conclui que o imaginário do turismo de aventura — *drifting* — deve ser moderado por uma análise empírica mais atenta às práticas dos jovens turistas.

Na nossa situação, o facto de estarmos a considerar as respostas de uma amostra de jovens com uma experiência de turismo organizado, avaliada de forma positiva, obriga-nos a ter cautelas na generalização destas conclusões. No entanto, não podemos deixar de entender como sintomático o facto de, colocados perante uma situação de projecção ideal sobre a viagem, os jovens inquiridos terem revelado tão timidamente os traços do imaginário a que nos referimos.

O trabalho de observação empírica desenvolvido a propó-

Conclusão

sito da análise das práticas de turismo juvenil, permitiu dar conta do que inicialmente havíamos afirmado acerca da natureza das práticas de lazer dos jovens. Estas evidenciam características comuns à definição dos fenómenos de lazer na sua generalidade. No caso concreto, o turismo juvenil, mesmo quando promovido em espaços organizacionais especificamente vocacionados para os jovens, obedece a lógicas de produção e apropriação similares às que presidem ao consumo turístico de outro tipo de indivíduos ou grupos sociais.

Como pudemos observar, embora as associações juvenis procurem definir para os seus programas de turismo, conteúdos centrados sobre as dimensões culturais da viagem, secundarizando os seus aspectos lúdicos, a forma organizacional que adoptam assume um perfil muito próximo daquele que caracteriza os serviços produzidos pela indústria turística.

Pelo sua parte, os jovens participantes evidenciam uma lógica de apropriação dos programas turísticos que remete para o universo das representações tradicionais sobre o turismo de massas. Os motivos que levam os jovens a participar nestes projectos são tanto do foro cultural (conhecer sociedades com hábitos, costumes e pessoas distintos dos que povoam os seus espaços quotidianos), como do foro emocional (o prazer da aventura, do risco, da fuga ao espartilho das relações quotidianas). Por isso, as relações de sociabilidade assumem uma importância particular: viajar com os amigos, disfrutar da sua companhia, conhecer outros jovens, estabelecer novas relações, tudo faz parte do encanto da viagem.

Mesmo quando nos referimos ao imaginário projectado pelos jovens sobre os tipos ideais de viagem, não se observa qualquer distanciamento relativamente às representações observadas pelos sociólogos em populações com características diferentes.

Pelo contrário, a especificidade de objectivos que as associações juvenis procuram atribuir aos seus programas de turismo, dando ênfase aos seus aspectos formativos e culturais, é contrariada pela lógica de apropriação revelada pelos participantes. Esta *décalage* traz à superfície uma característica específica dos fenómenos de lazer, com particular importância para os jovens. Como Norbert Elias e Eric Dunning (1992) sustentam, ainda que socialmente reguladas, as actividades de lazer constituem-se sempre como espaços de autonomia social. Para os jovens, este facto é tanto mais

importante quanto ele permite um abrandamento dos processos de controlo social, autorizando formas de negociação identitária. O turismo associa um conjunto de condições particularmente propícias à experimentação de novas formas de relação e comportamento: o distanciamento físico e psíquico aos espaços sociais, culturais e relacionais acentua o efeito de suspensão temporária dos constrangimentos quotidianos e produz diversas oportunidades de experimentação da novidade.

Neste sentido, parece-nos ser possível salientar que, na configuração das práticas de lazer dos jovens não são as especificidades da condição juvenil que determinam as características dessas práticas, mas, pelo contrário, são as características dos lazeres que potenciam o desenvolvimento de actividades relevantes para os processos sociais definidores da condição juvenil. O recurso aos quadros da sociologia do lazer para a compreensão de algumas dimensões dos fenómenos juvenis tem, assim, a virtualidade de permitir contextualizar esses fenómenos no âmbito das dinâmicas sociais contemporâneas, controlando algumas tentações para o seu isolamento analítico. ■

Referências Bibliográficas

- 90
- Abreu, Paula 1995 «Juventude, turismo e cultura cosmopolita». In Fortuna, Carlos (coord.), *Turismo e cultura em Portugal: quatro estudos sobre mentalidades, práticas e impactos sociais*. Relatório de investigação. Coimbra, Faculdade de Economia e Centro de Estudos Sociais.
- Boorstin, Daniel 1964 *The Image: a Guide to Pseudo-events in America*. Nova Iorque, Harper.
- Boyer, Marc 1980 «Évolution sociologique du tourisme: continuité du tourisme rare au tourisme de masse et rupture contemporaine». *Loisir et Société*, 3 (1): 49-81.
- Cohen, Erik 1972 «Toward a Sociology of International Tourism». *Social Research*, 39 (1): 164-182.
- Cohen, Erik 1982 «Marginal Paradises. Bungalow Tourism on the Islands of Southern Thailand». *Annals of Tourism Research*, 9: 189-228.
- Corrigan, Philip e Sayer, Derek 1985 *The Great Arch. English State Formation as Cultural Revolution*. Oxford, Basil Blackwell.
- Elias, Norbert 1990 *O processo civilizacional. Investigações sociogenéticas e psicogenéticas*. Vol. II. Lisboa, Publicações D. Quixote.
- Elias, Norbert e Dunning, Eric 1992 *A busca da excitação*. Lisboa, Difel.
- Faria, Margarida Lima 1994 *Amusement Without Excess and Knowledge Without Fatigue. Modern Transformations of the Museum Experience*. Dissertação de doutoramento. University of Leicester.
- Giddens, Anthony 1994 *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras, Celta Editora.
- Krippendorf, Jost 1989 *Sociologia do turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- Lash, Scott e Urry, John 1994 *Economies of Signs and Space*. Londres, Sage.
- MacCannell, Dean 1976 *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*. Londres, Macmillan.
- Pais, José Machado 1989 *Juventude portuguesa: situações, problemas e aspirações. Usos do tempo e espaços de lazer*. Vol.5. Lisboa, Instituto da Juventude e Instituto de Ciências Sociais.
- Pais, José Machado 1990 «Lazeres e sociabilidades juvenis — um ensaio de análise etnográfica». *Análise Social*, 108-109: 591-644.
- Pais, José Machado 1993 *Culturas juvenis*. Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Rojek, Chris 1989 «Leisure and the Ruins of the Bourgeois World». In Rojek, Chris (ed.), *Leisure for Leisure. Critical Essays*. Londres, Macmillan, 1989: 92-112.
- Rojek, Chris 1993 *Ways of Escape. Modern Transformations in Leisure and Travel*. Londres, Macmillan.
- Schmidt, Luisa 1989 *Juventude portuguesa: situações, problemas e aspirações. O dinheiro e bens materiais*. Vol.7. Lisboa, Instituto da Juventude e Instituto de Ciências Sociais.

- Schmidt, Luisa 1990 «Jovens, família, dinheiro, autonomia». *Análise Social*, 108-109: 645-673.
- Urry, John 1991 *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres, Sage.
- Urry, John 1992 «'The Tourist Gaze' Revisited». *American Behavioural Scientist*, 36: 172-86.