

A SOCIOLOGIA E O TURISMO

Maria Noémi Marujo⁽¹⁾

Resumo

O turismo é um fenómeno multidimensional e é por isso que um alargado leque de disciplinas científicas o tem vindo a eleger como objecto privilegiado de investigação. Como a Sociologia foi das pioneiras em tais abordagens, o propósito deste ensaio é demonstrar o modo como as orientações sociológicas se têm debruçado sobre a riqueza e multiplicidade social e cultural da temática turística. Naturalmente que a visão sociológica é, por si só, insuficiente, para compreender, em toda a sua profundidade, tal riqueza e diversidade. Mas que tem dado e dá um contributo essencial para a análise das práticas turísticas, essa é uma evidência que não precisa de justificação adicional.

Palavras-chave: Turismo, Sociologia, Fenómeno Social.

Introdução

O estudo do fenómeno turístico está sustentado por uma extensa base teórica oriunda de várias áreas das ciências sociais. De facto, a inter-disciplinaridade ou multidisciplinaridade do turismo transporta-nos para definições e explicações que envolvem a Sociologia, a economia, a psicologia, a história,

(1) Assistente convidada do Departamento de Sociologia da Universidade de Évora. Centro de Investigação em Sociologia e Antropologia "Augusto da Silva".

a antropologia, a geografia, e outras ciências fundamentais ao seu estudo. Todas estas áreas incorporam o fenómeno turístico dentro do seu contexto, para explicá-lo com os seus instrumentos metodológicos e visões teóricas. A diversidade dos diferentes estudos na área do turismo reflecte a interdisciplinaridade do seu objecto. "A interdisciplinaridade, fundamental à análise do turismo como fenómeno social, cultural, comunicacional, económico e subjectivo, ultrapassa as fronteiras de uma única disciplina ou de um único campo do saber" (Moesch 2002:14). Neste texto não se pretende analisar extensivamente o turismo como um fenómeno nas mais diversas áreas das ciências sociais, mas dissecar a sua relação com o campo da sociologia, e analisá-lo como um fenómeno social.

Na realidade, o turismo é um fenómeno multidimensional e é por isso que uma parafernália de disciplinas científicas o tem vindo a eleger como objecto privilegiado de investigação. Como a Sociologia foi das pioneiras em tais abordagens, o propósito deste ensaio é demonstrar o modo como as orientações sociológicas se têm debruçado sobre a riqueza e multiplicidade social e cultural da temática turística. Naturalmente que a visão sociológica é, por si só, insuficiente, para compreender, em toda a sua profundidade, tal riqueza e diversidade. Mas que tem dado e dá um contributo essencial para a análise das práticas turísticas, essa é uma evidência que não precisa de justificação adicional.

1 - Aproximações da sociologia ao turismo

Certos autores como Jafari e Ritchie (1981); Mathieson e Wall (1982); Krippendorf (1989); Dann e Cohen (2002); McCannell (1999) Urry (1996) e De la Torre (1997) consideram que o turismo é um fenómeno social e que deve ser estudado como tal. O turismo como um fenómeno social surgiu "como consequência do grau de desenvolvimento que a humanidade foi adquirindo ao longo do tempo. A sua origem está na progressiva industrialização, nas aglomerações humanas e na psicologia da vida quotidiana, e sua ampliação tem sido amplamente favorecida pelo desenvolvimento das comunicações e do transporte, pelo aumento do nível de vida da sociedade, pela disponibilidade de tempo livre e pela conquista paulatina das férias pagas" (Acerenza 2002:96).

Cooper *et al* (2001) sublinham que vários factores do mundo moderno contribuíram para o crescimento do turismo, fazendo dele um fenómeno

social inevitável: Crescimento populacional; urbanização crescente e sufocantes pressões da vida urbana, que criam o desejo de sair; crescimento das tecnologias de informação e comunicação, que estimulam o interesse e criam consciência; mudanças na mobilidade e acessibilidade, provocadas especialmente pelo crescimento do transporte aéreo e pela propriedade privada de automóveis; aumento no tempo de lazer e períodos mais longos de férias; aumento mundial no turismo de negócios. De facto, somente com o surgimento da actividade turística, marcada pela viagem articulada de Thomas Cook, em 1841, é que um conjunto de fenómenos sociais passaram a ser englobados sob a palavra turismo.

A Sociologia do Turismo "é uma especialidade emergente interessada no estudo das motivações turísticas, nos papéis, nos relacionamentos, nos impactos dos turistas e nas sociedades que os recebem (Cohen 2002:51). Neste âmbito, Fuster (1974) salienta que existem duas massas no turismo: a viajante e a receptora, ambas no domínio da Sociologia. Logo, considera que a Sociologia do Turismo se deveria fixar no comportamento turístico dos grupos humanos segundo a sua formação cultural e intelectual, faixa etária, meio social, nacionalidade, clima, factores imitativos, mentalidade e religião. A Sociologia do Turismo também deveria estudar as relações e os fenómenos causados pela presença do turista num determinado núcleo receptor. "Nisso residiria a aplicação central da Sociologia como teoria de génese turística, cabendo-lhe ainda um papel importante, o pedagógico: aconselhar os visitantes sobre as idiosincrasias dos visitados" (Moesch 2002:22).

A Sociologia teve e tem um particular interesse sobre as interacções que ocorrem entre os visitantes e residentes, principalmente quando estes têm diferentes valores, expectativas e comportamentos padrão que podem ser expressos ou não em normas sociais (Jafari e Ritchie 1981). Por isso, Muñeta (2003) considera que o desenvolvimento do turismo, como sector de serviços, é tão importante como a interacção turista/residente, estudada sob o ponto de vista da sociologia. É óbvio que o encontro entre visitantes e anfitriões dá origem a uma série de influências capazes de modificar o nível de vida, a personalidade social e individual da população receptora (Mazon 2001). De facto, quando os turistas visitam um país, região ou localidade não só levam o seu poder de compra como, também, levam consigo um tipo de comportamento que pode provocar uma transformação profunda nos hábitos sociais locais ao modificarem as normas estabelecidas da população anfitriã. Nas áreas de recepção aos turistas, as mudanças que se produzem

nos modos de vida dos residentes afectam, de certa forma, um conjunto de variáveis: O sistema de valores; as formas de vida; a cultura tradicional; as relações familiares; o comportamento individual; os estilos de vida colectivos; a estrutura social; o aumento do nível de vida, as modificações no comportamento de consumo e o aumento das necessidades quotidianas. Para além do interesse da sociologia pela interacção social entre visitantes e residentes, outros estudos importantes recaem sobre as manifestações das relações de poder, hierarquia, funções, papéis, níveis e classes nas possíveis estruturas das viagens grupais ou individuais (Ascanio 1992).

As primeiras aproximações da sociologia com o turismo, segundo Cohen (2002), surgiram com o italiano L. Bodino que publicou o primeiro artigo científico com conteúdo social, em 1899. Mas, as maiores contribuições surgiram na Alemanha por volta de 1920, quando o alemão Hans Joachim Knebel definiu o estudo sociológico do fenómeno turístico como a "sociologia da ciência do movimento de forasteiros" (Gil, Lucas e Cueva 2003:18). A partir daqui, e segundo aqueles autores, desenvolveram-se várias investigações com a necessidade de compreender o turismo desde uma perspectiva sociológica, tais como: As relações interpessoais (George Simmel em 1923, Leopold Von Wiese em 1931), as viagens das pessoas (Arthur Bormann em 1931) e a motivação da viagem (Benscheid em 1933), etc. De acordo com Muela (2003), o primeiro livro sobre turismo tratado do ponto de vista da sociologia foi o livro de Ogilvie (1933), seguido da publicação de Norval (1936) sobre a indústria turística. Mas, foi só na década de 60 do séc. XX, que o primeiro estudo especificamente sociológico sobre turismo surgiu. "... O primeiro estudo especificamente sociológico é o trabalho realizado por H. J. Knebel - Sociologia do Turismo: as mudanças estruturais no turismo moderno, de 1976 - investigando pela primeira vez o turismo em função da mudança social" (Muela 2003: 44).

Knebel definiu a Sociologia do Turismo como "a ciência que estuda o comportamento social do homem, que transforma durante as férias o seu papel social, deixando para trás os diferentes papéis que desempenha (profissional, económico e social) e assumindo o papel de turista" (Dias 2003: 18-19). Segundo o autor, o ponto de partida para o estudo do fenómeno turístico é o turista, havendo quatro critérios que o definem como tal: A necessidade de mobilidade; a existência ou inexistência de inter-relações do turista e residentes do lugar; a satisfação consumidora de necessidades de luxo com meios obtidos no lugar de origem; a necessidade de conforto e de segurança física.

O estudo do turismo como uma especialidade da Sociologia ocorreu com mais força, nos anos 70, com os ensaios da tipologia de Cohen (1972) onde apresenta quatro áreas de estudo relacionadas com a Sociologia do Turismo: O turista; a relação entre os turistas e a comunidade local; a estrutura e o funcionamento do sistema turístico; os impactos do turismo. No entanto, e segundo Muela (2003), a proporção destes quatro campos de investigação esteve um pouco desequilibrada, uma vez que foi dada uma primazia ao impacto do turismo nas sociedades receptoras como fonte de todo o conhecimento deixando, de certa forma, de lado o conhecimento mais sociológico do comportamento do turista em relação à sua vida quotidiana e à mudança social. Outro autor foi McCannell (1973) que, numa primeira síntese teórica, abordava a autenticidade encenada nos cenários turísticos. O autor atesta que "todos os turistas personificam a busca da autenticidade, e essa busca é uma versão moderna da preocupação humana universal com o sagrado. O turista é uma espécie de peregrino contemporâneo, procurando autenticidade em outras épocas e em outros lugares, distanciados da sua vida quotidiana" (Urry 1996:24-25). Deste modo, McCannell mostrou-se especialmente interessado no carácter das relações sociais que surgem a partir do fascínio que as pessoas demonstram pela vida dos outros, e sustenta que essas vidas reais apresentam-se aos turistas como uma "autenticidade encenada". "Assim, o olhar do turista implica a invasão do espaço dos outros, o que não é aceitável" (Muela 2003: 59).

Desde meados dos anos 70, e nos países desenvolvidos, a abordagem sociológica do turismo (realizada por sociólogos e outros especialistas) cresceu de uma forma muito rápida, o que segundo Cohen (2002), pode ser confirmado com a publicação de uma série de livros e artigos em diversas revistas. Entre eles, o autor destaca Young (1973), Turner e Ash (1975), McCannell (1976), Noronha (1977), De Kadt (1979), Smith (1977) e Cohen (1979). Também na década de 80, segundo Muela (2003), surgiram algumas aproximações para o aprofundamento da Sociologia e do Turismo: O turismo como uma hospitalidade mercantilizada; o turismo como uma viagem democratizadora; o turismo como uma actividade de ócio moderno; o turismo como um processo de aculturação; o turismo como um tipo de relação étnica; o turismo como uma variedade moderna da tradicional peregrinação ou como uma forma de neocolonialismo.

Nos anos 90, as tendências da Sociologia do Turismo tomaram outra dimensão. Lanquar, em 1990, define o objecto de estudo da Sociologia do Turismo e das Viagens como uma "acção crítica e uma análise de corres-

pondência directa entre a realidade social do turismo e das viagens e os conceitos da sociologia” (Dias 2003:19). Para além de considerar que o objecto de estudo da Sociologia do Turismo corresponde às relações sociais que se desenvolvem através das interacções sociais, ou seja, que ocorrem entre os turistas e a comunidade receptora, o autor preocupou-se ainda em explicar as diversas dimensões que eram atribuíveis à Sociologia do Turismo. Tais dimensões resultavam da natureza complexa do fenómeno turístico: o bem-estar; a cultura e a comunicação; os grupos sociais; o desenvolvimento; o encontro das sociedades diferentes; as sondagens e os estudos de impacto ou de mercado; a gestão do tempo de trabalho. Assim sendo, “a sociologia do turismo analisa as formas pelas quais o subsistema turístico articula-se com os demais subsistemas sociais, a maneira como estão estruturadas as diferentes posições sociais e como os diferentes indivíduos desempenham os seus papéis sociais ao ocuparem essas posições” (Dias 2003:19). Mas, nesta época, um dos primeiros autores a atribuir uma mudança ao modelo de investigação tradicional na Sociologia do Turismo foi John Urry (1990) que se preocupou, para além dos estudos tradicionais sobre o impacto nas sociedades receptoras, com o comportamento do turista (Muela 2003). Assim, para Urry o comportamento turístico mudou em diferentes sociedades, distintos grupos sociais e diversos períodos históricos, sobretudo nas sociedades pós-industrializadas e pós-modernas. A análise de Urry centra-se no processo pelo qual o olhar se constrói e se reforça, abordando os impactos nos lugares de destino, as interligações com as outras práticas sociais e a diversidade de olhares, que dependem dos grupos, da sociedade e dos tempos (Muela 2003). Logo, as características sociológicas que, desde os anos 90, definem o turismo como práticas sociais tomam novas definições. “...Já não se fala do turismo em sentido unidireccional, mas utilizam-se novos termos ligados ao comportamento quotidiano das sociedades industrializadas” (Muela 2003: 64).

2 - O turismo como fenómeno social

Após uma observação sobre a relação histórica entre a sociologia e o turismo pode-se afirmar que, e se a Sociologia é a ciência que estuda os fenómenos sociais e as mudanças produzidas na sociedade, o turismo pode ser compreendido como um fenómeno social. “Nos nossos dias, a Sociologia detém um grande campo de intervenção no turismo, por ser um fenómeno

social moderno que tem intervenção em temas tão diversos como: o bem-estar e a qualidade de vida, a cultura, a comunicação, os grupos sociais, o desenvolvimento, o encontro entre sociedades diferentes, a psicologia dos indivíduos... a exclusão social, a imigração, a estrutura demográfica...” (Mazón 2001: 20).

Na realidade, a Sociologia do Turismo procura estudar o comportamento do turista durante as viagens, as relações dele com as comunidades receptoras, e os impactos sociais que esta actividade provoca. Neste sentido, o autor defende que a Sociologia do Turismo “dedica-se a estudar o turismo em seus aspectos sociais e sua relação com a sociedade mais geral. Compreende-o como um fenómeno social, passível de ser estudado em seus aspectos particulares” (Dias 2003:11-12).

O fenómeno turístico desperta interesse por vários motivos: causa um forte impacto nos indivíduos e grupos familiares que se deslocam, provoca mudanças no comportamento das pessoas e agrega conhecimento àqueles que o praticam, permite comparação entre diversas culturas, contribui para o fortalecimento da identidade grupal, é um meio de difusão de novas práticas sociais e aumenta as perspectivas de obtenção da paz pela compreensão e aceitação das diferenças culturais. Contribui, ainda, para a formação e a educação daqueles que o praticam. Neste âmbito, o turismo pode ser entendido como “...um fenómeno social que actualmente abrange o mundo inteiro do ponto de vista geográfico, e praticamente todas as camadas e grupos sociais” (Barreto 2001:18).

Se tomarmos como ponto de partida a referência de Émile Durkheim (1990) de que o objecto de estudo da sociologia são os factos sociais, cujas características consistem nas maneiras de agir, pensar e sentir exteriores ao indivíduo, dotadas de um poder coercivo em virtude do qual se lhe impõem, então poder-se-á identificar o turismo como um fenómeno social. Ou seja, segundo Émile Durkheim, o fenómeno social faz parte do facto social, que pode ser político, económico, etc., é externo às consciências individuais e exerce coerção sobre os indivíduos, ou seja, é regulador das suas acções. “...Ao assumir o papel de turista, por exemplo, o indivíduo toma atitudes que em seu dia-a-dia não assumiria. O facto social turístico apresenta, portanto, maneiras de agir, pensar e sentir que são exteriores ao indivíduo, e que se lhe impõem, pois são dotadas de um poder coercitivo específico. Da mesma forma, todas as interacções que ocorrem no turismo compõem-se de acções provocadas pelo poder coercitivo de um tipo de facto social particular, que denominamos turismo” (Dias 2003:13). Ou seja, o autor sublinha

que os residentes de uma localidade turística, os agentes de viagens, todos aqueles que trabalham no sector e, sobretudo, os turistas adoptam um comportamento que lhes é impingido pelo poder coercivo que exerce o turismo enquanto facto social. Tais atitudes são diferentes daquelas que assumem quando integram outros tipos de fenómenos sociais como, por exemplo, a religião, a política, o sistema financeiro etc., no qual adoptam posturas que se identificam com cada tipo em particular.

Se por um lado, Durkheim engloba a sociedade na análise dos fenómenos sociais, considerando-a externa aos indivíduos e reguladora das suas acções, ou seja, a sociedade determina as interacções sociais, Max Weber, por outro lado, defende que a sociedade deve ser compreendida baseando-se nesse conjunto de interacções sociais. Ou seja, Weber valoriza o papel dos indivíduos e as suas acções individuais. Deste modo, o ponto de partida de toda a Sociologia weberiana reside na "acção social" e no postulado de que a Sociologia é uma ciência "compreensiva". A Sociologia "é uma ciência que pretende compreender interpretativamente a acção social e assim explicá-la causalmente em seu curso e em seus efeitos" (Weber 1991:3). Assim, se a acção social tem como referência o comportamento dos outros, então, a interacção turista-anfitrião é um fenómeno social. Imagine-se, por exemplo, um turista que pretende comprar um produto artesanal para uma recordação. Muitas vezes, esse simples acto de compra é realizado tendo como referência a opinião do vendedor. Assim sendo, podemos afirmar que "a interacção turista-residente constitui-se num fenómeno social, pois seus agentes têm um ao outro como referência para seus actos. Da mesma forma, podem ser tratadas todas as interacções existentes no âmbito do turismo, que de modo geral tomam o comportamento do turista como referência, orientando-se seus actos a partir desse parâmetro" (Dias 2003:14). Neste âmbito, o autor realça que "...à Sociologia do Turismo compete o estudo sistemático das relações sociais e da interacção entre indivíduos e grupos relacionados com a actividade turística, o que inclui seus desdobramentos no que se convencionou denominar de indústria turística" (Dias 2003:18).

No que concerne à abordagem sociológica do turismo, Dann e Cohen (2002) referem que não haverá uma perspectiva sociológica única que reclame para si o monopólio da compreensão do fenómeno turístico, uma vez que o turismo é um objecto multidimensional sobre o qual se aplicam diversas aproximações teóricas. Para Dann e Cohen é necessário combinar ideias sociológicas com as de outras disciplinas das ciências sociais. Logo, a Sociologia, em si mesma, apresenta somente uma interpretação parcial do

fenómeno multifacetado do turismo (Dias 2003). Os autores argumentam, ainda, que dentro da própria disciplina da Sociologia existem diferentes abordagens ao fenómeno do turismo. Portanto, desde um ponto de vista sociológico há várias formas de entender os diferentes aspectos do turismo.

De acordo com vários autores contemporâneos, desde os finais dos anos 80 e sobretudo nos anos 90, é possível distinguir diferentes tendências na investigação da Sociologia do Turismo, mas um pouco alheias das realidades sociais que, de facto, a indústria turística internacional apresenta. Faltou profundidade na investigação sobre as mudanças que as novas formas e tendências do mercado turístico experimentou. O turismo só pode ser entendido como "um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, se deslocam do seu lugar de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma actividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural" (De la Torre 1997:16). Implica, portanto, uma série de relações e mudanças sociais em todas as esferas da vida social.

3 - À laia de conclusão

O turismo, na sua complexidade e multiplicidade, afecta as pessoas, os locais e a cultura de um país ou região. É um agente de mudança social que afecta todos os factores que estão vinculados à cultura das sociedades: normas, valores, ideologias e crenças. Dentro de uma sociedade, ele exerce um papel socializador, pois permite o encontro entre pessoas de diferentes culturas, contribui para o entendimento entre populações de diferentes regiões num mesmo país, incentiva a adopção de novos valores que, gradualmente, se vão tornando universais e diminui as distâncias étnicas ao permitir um maior conhecimento dos outros e dos seus costumes. Murphy (1985) observou que, nas sociedades onde a actividade turística é praticada, há duas situações que podem evoluir a partir do desenvolvimento do turismo. Num dos extremos situam-se as mudanças sociais, que podem levar ao desenvolvimento, dado que representam avanços socioeconómicos na comunidade, melhoria do padrão de vida e um enriquecimento geral (social e cultural) na vida de uma localidade, levando a percepções de prosperidade

social e económica. No outro extremo, sublinha que as mudanças podem levar à dependência, representada por um desenvolvimento económico que deixa a estrutura social subdesenvolvida ou reforça e intensifica injustiças sociais existentes.

O turismo pode funcionar como um instrumento de compreensão entre os povos. Permite o encontro entre seres humanos que habitam em diferentes lugares. "É graças a ele, em grande parte, que estes seres humanos conseguem estabelecer um diálogo entre si, compreender a mentalidade do outro, que, de longe, lhe parece tão estranho, preenchendo, desta forma, o fosso que os separa... Ele constitui um dos principais factores de aproximação entre os povos e, conseqüentemente, da manutenção de relações perfeitas, em especial com os países em desenvolvimento" (Krippendorf 1989:105). De facto, se considerarmos que o turismo ultrapassa fronteiras, aproxima povos e possibilita o contacto entre as diferentes culturas, podemos concluir que ele, de certo modo, contribui para as mudanças sociais e culturais de uma região, ou de uma localidade. Neste âmbito, podemos encarar o acto turístico como uma forma de aprendizagem e de troca de experiências e conhecimentos. Ele é um excelente veículo de transmissão e divulgação cultural. Cabe à Sociologia do Turismo procurar compreender a natureza da interacção entre turistas e anfitriões, e analisar os impactos sociais e culturais que o turismo provoca nas comunidades receptoras e emissoras.

Conclui-se, assim, que a Sociologia vai progressivamente incorporando o turismo, em algumas das suas dimensões, como objecto de estudo indispensável para a compreensão das mudanças que estão a ocorrer globalmente e localmente na era da sociedade de informação e do conhecimento. Sem prejuízo de outras áreas científicas que elegem o fenómeno turístico como objecto incontornável das suas investigações.

Bibliografia

- ACERENZA, Miguel Angel
2002 **Administração do Turismo**, Vol. 1, São Paulo: EDUSC.
- ASCANIO, Alfredo
1992 "Turismo: La ciencia social de los viajes", **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, Ciet, Vol. 1, N.º 3, pp. 185-197.
- BARRETO, Margarita
2001 **Manual de iniciação ao estudo do turismo**, Campinas, São Paulo: Papirus.
- CASTRO, Celso António Pinheiro de
2002 **Sociologia aplicada ao turismo**, São Paulo: Atlas.
- COHEN, Erik
1972 "Towards a sociology of international tourism", **Social Research**, Vol. 39 (1), p.164-182.
2002 "The sociology of tourism: approaches, issues, and findings", In APOSTOLOPOULOS, Yorghos; LEIVADI, Stella e YIANNAKIS, Andrew, **The sociology of tourism**, 5.ª Ed, Londres, New York: Routledge, p.51-71.
- COOPER, Chris; GILBERT, David; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen
2001 **Turismo: princípios e prática**, São Paulo: Bookman.
- DANN, G. e COHEN, Erik
2002 "Sociology and tourism", In APOSTOLOPOULOS, Yorghos; LEIVADI, Stella; YIANNAKIS, Andrew, **The sociology of tourism**, 5.ª Ed, Londres, New York: Routledge, p.301-314.
- DE LA TORRE, Óscar
1997 **El turismo, fenómeno social**, México: Fondo de Cultura Económica.
- DIAS, Reinaldo
2003 **Sociologia do turismo**, São Paulo: Atlas.
- DURKHEIM, Emile
1990 **As regras do método sociológico**, São Paulo: Ed. Nacional.
- FUSTER, Luís Fernandez
1974 **Teoría y técnica del turismo**, Madrid: Editora Nacional.
- GIL, Ángeles Rubio (Coord.)
2003 **Sociología del turismo**, Barcelona: Ariel.