



REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA EM TURISMO

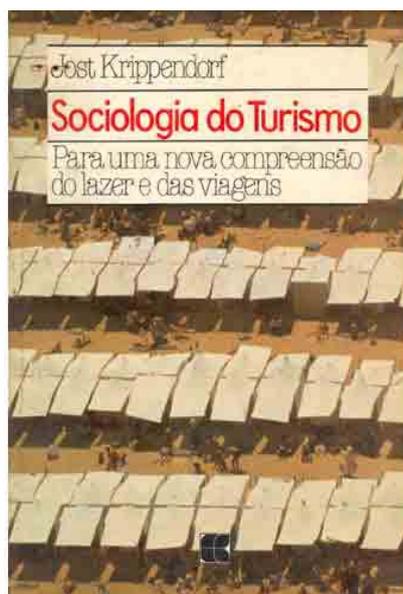
**SOCIOLOGIA DO TURISMO: PARA UMA NOVA COMPREENSÃO
DO LAZER E DAS VIAGENS**

RESENHA DE LIVRO

BOOK REVIEW

RESEÑA

Marcela Montalvão Teti¹



KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989, 236p. ISBN 85-200-0046-0

¹ Mestranda em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Graduada em Psicologia pela Universidade Federal de Sergipe. marcela-cafe@hotmail.com

Sociologia do Turismo é um livro a partir do qual é possível pensar os limites do turismo de massa. No entanto, em vez de se restringir a uma crítica, Krippendorf propõe alternativas para os problemas que ele identifica.

Sociologia do Turismo situa o turismo inserido na sociedade ocidental moderna. É uma atividade que serve a reconstituição do ser estressado, bastante acuado pelo cotidiano de trabalho. Este, tecnicista e ao mesmo tempo alienante, associado à repartição do ambiente de trabalho daquele reservado para a moradia, resulta no desgaste físico e mental de qualquer trabalhador. Cumprir metas de forma individual e compartimentada mantém as pessoas distanciadas umas das outras e com isso precisando de certo período de tempo para recarregar forças.

A válvula de escape para tamanho cansaço tem sido o uso do tempo de lazer em viagens. Krippendorf (1989, p. 27) chama de ciclo da reconstituição característico da sociedade industrial a relação "trabalho-moradia-lazer-viagem". Fora do ambiente de trabalho uma pessoa tem muito pouco com o que se distrair. As cidades modernas com todo o seu "cinza" e todo o seu "concreto", se não reproduz o ambiente de trabalho, oferece muito pouco de espaço para que o trabalhador entre em contato consigo mesmo e com isso possa voltar as suas tarefas rotineiras mais disposto.

A viagem que se deseja é aquela em que o descanso é a prioridade. Em uma entrevista sobre motivações dos turistas, em férias na Alemanha no ano de 1985, em 64%² das respostas as pessoas respondem que sair de férias é "para desligar, relaxar" (KRIPPENDORF, 1989, p. 49). A melhor opção para viagens a fim de atender essa e outras demandas semelhantes (fugir da rotina diária, recarregar forças, etc.), por muito tempo foi aquela em que a estrutura turística fazia tudo pelo turista. Não é por menos que cenários exóticos, comidas importadas, serviço de primeira, estiveram entre os preferidos dos roteiros turísticos. Sol e praia e passividade diante do mundo produzem aquele desligamento do cotidiano.

² Essa porcentagem não faz referência ao total de entrevistados, mas ao total de respostas. Cada entrevistado podia dar mais de uma resposta a pergunta.

Krippendorf (1989), resumidamente, caracteriza o modelo de turismo de massa, em que muitas pessoas, todas juntas fazem as mesmas coisas, vão para os mesmos lugares. As atividades nas quais os turistas se envolvem são desenvolvidas em grandes hotéis alocados em ambientes paradisíacos. Esse modelo pelo que se entende, a partir do texto, seria muito bom se não fosse por alguns problemas que veio a desencadear.

A fim de tornar o ambiente para descanso possível, a rede hoteleira disponível para esse modelo de turismo produziu problemas de ordem social nos lugares em que se fez presente. Preocupada somente com questões de ordem econômica a comunidade autóctone não foi incluída no desenvolvimento do turismo e com isso produziu revoltas a esse modelo. O autor destaca que nesses casos a troca foi desigual e os custos sociais divididos de forma injusta. A entrada de divisas, o efeito multiplicador do rendimento, melhoria de salários e empregos, as receitas hoteleiras aplicadas na economia local, que seriam algumas das vantagens do turismo no país hospedeiro, em muitos casos, não foram verificáveis.

Mas se a empresa de turismo e o hotel negligenciam a comunidade autóctone, Krippendorf chama a atenção para o turista que não se preocupa em manter contato com os visitados. O autor destaca que embora queira fugir do cotidiano³, o turista moderno acaba fazendo coisas semelhantes ao que fazia lá, no ambiente do qual queria escapar. De um lado, no “anticotidiano” turístico, o turista se enche de atividades de diversão e acaba por ocupar todo o seu tempo livre. A partir do que o autor coloca, pode-se entender que o tempo reservado ao lazer torna-se uma “agenda de férias”. De outro lado, a *motivação egocêntrica* do turista rejeita o ambiente estrangeiro e quando entra em contato com o outro exerce uma atitude colonialista.

Outra questão no tocante à relação turista-turismo de massa. *Sociologia do Turismo* destaca que esse modelo participa muito pouco na promoção da auto-realização. Para ser turista de massa é preciso ser passivo. Relaxar e

³ Na mesma entrevista realizada nas férias de 1985 na Alemanha, 57% das respostas destacavam as férias como a ocasião “fugir da vida diária, mudar de ambiente” (p. 49). A propósito, foi o segundo lugar na maioria das respostas.

desligar-se são a ordem das atividades. Se um dos motivos que faz as pessoas viajarem é sentir-se livre⁴ e ver outros países ou o mundo⁵, o turismo massificado não seria o mais indicado. Ora, antes de viajar o turista estava alienado da atividade que exercia. No turismo de massa o tempo de lazer é alienante porque não produzido pelo/para o turista.

O turismo moderno concentra desse modo algumas características marcantes. Pode-se dizer que resulta de uma fuga da realidade para outra realidade que pode em muito se assemelhar. Não é autêntica, pode não produzir descanso e ainda gera conseqüências para quem o turismo poderia ser um benefício econômico. Krippendorf, com essa análise, não acha que o turismo deva acabar, muito menos que todas as pessoas devam querer um turismo diferente. Ele coloca que para quem a necessidade é somente de descanso esse modelo atende bem a demanda. No entanto, para aqueles turistas que não são "homens-férias" e almejam mais do que o "turismo de fuga da realidade" outras opções devem existir.

Uma tendência que o autor visa destacar é a do "turismo leve". Nela o turista seria um ser em emancipação. Isso na medida em que a viagem seria uma experiência a partir da qual é possível aprender sobre o mundo ao redor e sobre si mesmo. Krippendorf (1989, p. 134) defende a tese de uma humanização do turismo, que levaria em conta um outro ser turista, para o qual a viagem não seria tanto um repouso físico como um "repouso do seu 'universo emocional'". Krippendorf acredita em um turista mais exigente para com a sua atividade de lazer mais voltada a "abertura" aos valores não-materiais. Alguns desses valores seriam: saúde, meio ambiente, natureza, saber e educação.

Mas a humanização do turismo não consiste em benefícios somente aos turistas. Ela se alonga e abarca a comunidade autóctone. Em um primeiro momento, chama a atenção das organizações que fazem o planejamento turístico para os benefícios que se tem em inserir a população de visitados no

⁴ 31% das respostas.

⁵ 26% das respostas.

ambiente turístico. A comunidade se sente participativa e faz valer posições que não desmereçam os seus valores. As revoltas dos visitados com isso podem ser menores. A tese da humanização traria um turismo mais harmonioso entre as pessoas. Mais adequado para quem recebe e, conseqüentemente para aquele que é estrangeiro. Algumas premissas, de acordo com o autor, poderiam nortear essa atuação em conjunto durante o planejamento turístico: descentralização, limites de fluxo, valorização regional tanto de produtos como de serviços.

Outro efeito de ressonância do turismo mais humanizado seria o de humanização das cidades. A propósito de um cotidiano turístico mais ativo, mais voltado para a realização do indivíduo, poder-se-ia criar uma rotina tanto de vida como de trabalho mais direcionada às satisfações pessoais. Se o turismo de massa é uma fuga da realidade porque esta oprime o futuro turista, uma vida mais humanizada, mais completa faria do turismo uma experiência menos de fuga e mais de interesse pelo lugar que é visitado. Tempo de trabalho reduzido e ambiente de trabalho menos separado do ambiente acolhedor da moradia já seriam por si bastante restauradores.

Sociologia do Turismo é um livro marcante. Identifica uma época de mudanças da sociedade e coloca-se no sentido de refletir sobre o turismo em meio a tal situação. Coloca-se nesse sentido como mediador entre o que acontece e o que pode ser feito com um fenômeno de grandes proporções diante de tanta instabilidade. É interessante, na medida em que pensa o presente e no que pode ser feito para modificá-lo. A idéia de um turismo mais "leve" que seja menos ameaçador aos visitados e talvez mais direcionado as necessidades do indivíduo turismo não significam necessariamente um cotidiano de trabalho mais equilibrado e nem um turismo mais harmonioso. Se hoje uma parte do turismo que se vê é aquele voltado para a cultura dos povos e o cotidiano menos tecnicista, podemos pensar que as relações de trabalho mudaram e conseqüentemente os modos de fazer turismo.

Escrito em um contexto de crises como foi a década de 1980 ele é reflexo de uma intelectualidade historicamente situada. Parafraseando Urry



ISSN: 1982-6125

TETI, Marcela Montalvão. Sociologia do turismo - para uma nova compreensão do lazer e das viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 3, n. 3, p. 115-120, dez. 2009.

(1996) para quem o “olhar do turista” é socialmente organizado, o olhar do intelectual não poderia ser deslocado do contexto no qual se insere quando produz uma obra.

Artigo recebido em junho de 2009.
Aprovado para publicação em agosto de 2009.