

Carmen Soares  
Maria do Céu Fialho  
María Consuelo Alvarez Morán  
Rosa María Iglesias Montiel  
Coordenação



orma  
& Transgressão

II

Carmen Soares  
Maria do Céu Fialho  
María Consuelo Alvarez Morán  
Rosa María Iglesias Montiel  
Coordenação

*N*orma  
& Transgressão

II

COORDENAÇÃO EDITORIAL  
Imprensa da Universidade de Coimbra  
Email: [imprensauc@ci.uc.pt](mailto:imprensauc@ci.uc.pt)  
URL: [http://www.uc.pt/imprensa\\_uc](http://www.uc.pt/imprensa_uc)  
Vendas Online: <http://www.livrariadaimprensa.com>

CONCEPÇÃO GRÁFICA  
António Barros

INFOGRAFIA  
Carlos Costa  
Imprensa da Universidade de Coimbra

EXECUÇÃO GRÁFICA  
Europress

ISBN  
978-989-26-0105-2

DEPÓSITO LEGAL

OBRA PUBLICADA COM O APOIO DE:

Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos  
Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

**FCT** Fundação para a Ciência e a Tecnologia  
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR Portugal  
Programa Operacional Ciência e Inovação 2010

## CAPÍTULO V

### GEOGRAFIA

Norberto Santos

*CEGOT - Coimbra*

## DESVIOS E REGRAS NOS TERRITÓRIOS DO QUOTIDIANO

### Resumo

A Geografia e o Lazer são duas áreas temáticas com fortes laços de actuação. Em ambos o espaço e o tempo se mostram como referência fundamental de análise. A abordagem espaço-temporal é relevante pelo facto de influenciar o quotidiano de um território, onde estão presentes as pessoas, que fazem dos lugares palcos de sociabilidades, de políticas e de vivências, definindo áreas de influência. A proposta é então, não sei se normativa ou transgressiva, no sentido de dar expressão a territórios alternativos, tolerados ou de transgressão, com reflexos tanto no tempo como no espaço, e que têm no lazer, no turismo, nos estilos de vida e no quotidiano a sua representação maior. Promovendo a comparação entre normas e regras procuram-se identificar os modos como as pessoas (o eu) e as culturas (o grupo) têm vindo a assimilar formas diversas de fazer, assumindo umas como factos culturais, num processo civilizacional em evolução, e outras como desviantes e mesmo criminais, numa sociedade em que o consumo se tornou numa característica central da socioeconomia e a valorização da individualidade uma expressão de estilo de vida e de identidade social.

### Introdução

O desvio ou a não conformidade com as normas do grupo é uma das mais antigas preocupações da humanidade. As actividades de lazer activo, de turismo aventura e os desportos radicais podem ser identificados com modos de actuação e expressão social desviantes mas integrados socialmente.

De facto, a vida em sociedade (colectividade) só é possível quando certas regras comportamentais são observadas por todos ou por uma larga maioria de membros. De qualquer modo, há que assumir a diferença porque não somos todos iguais, visto que as prioridades e modos de relação com o quotidiano e o ambiente, mesmo num mundo global, são todos muito diferenciados. Claro que a individuação é muitas vezes expressão da diferença na amálgama da indiferença, mas as respostas culturais dos grupos e das sociedades são ainda factos a ter em consideração. São encontradas diferentes soluções para os mesmos problemas em diferentes sociedades e, ocasionalmente, em diferentes comunidades dentro da mesma sociedade. Tripp (1987, citado por Stebbins, 1996) escreve que certas tribos nativas do leste do Peru são predominantemente homossexuais. Os actos heterossexuais acontecem apenas duas ou três vezes por ano, de modo rápido, mecânico e pouco cuidado. Na verdade, a norma de uns é a transgressão de outros, porque ela é um modo de identidade social.

Ainda assim, importa referir que até às últimas décadas do século xx, o comportamento social, cultural e económico das sociedades foi sendo manietado pelas orientações do pensamento global que encontrou no desenvolvimento tecnológico, na era industrial (domínio do homem sobre a natureza), mas possibilidades únicas (modelos optimizantes, homo *economicus*) e nas verdades únicas (detentoras da objectividade, capazes da eficácia e da eficiência, orientando as actuações no sentido da padronização e responsabilizadas pelo progresso) uma forma de interpretação que deixou pouca margem de actuação às pessoas e às instituições. A sociedade programada leva-nos no sentido da uniformização dos consumos e dos usos, da funcionalização produtiva e da instrumentalização generalizada, capaz do controlo mais invasivo.

Todavia, demasiadas normas levam à procura da transgressão. E se é verdade que algumas transgressões não são toleradas, outras, por ajustamento social ou por prática continuada, passam a sê-lo.

Os desportos radicais, as actividades aventura, as acções de suplantação da resistência ou capacidades humanas, podem ser entendidos precisamente

como reinterpretações das normas, fuga às normas, actividades compensatórias de pressões sociais diversas, novos modos de expressão desportiva resultado de inovações ou ajustamentos de desportos pré-existentes.

O turismo aventura e os desportos radicais podem ser compreendidos como a evolução no modo de relação das pessoas entre si e com a natureza e com a evolução das regras que suportam e orientam os comportamentos em sociedade, através de leis e normas. A cultura tradicional do carácter, expressa na valorização das qualidades morais (o nós) é, hoje, perspectivada pela interpretação de uma cultura da personalidade, que dá significado ao ser apreciado e admirado (ao eu) (GRONOW, 1997. Antes da invenção do turismo viajar por puro prazer e conhecimento era algo restrito à aventura dos sábios ou ao luxo aristocrático. A viagem ganha outras conotações com o advento do turismo, mas atinge proporções nunca vistas com a sua massificação e a criação de simulacros e réplicas de ambientes desenraizados ou de itinerários e pacotes de serviços associados aos lugares. Todavia, o turista, alguns turistas pelo menos, procuram na viagem a referência antropológica, o espírito do lugar, o sentido do lugar (Tuan, 1974), através de experiências e vivências.

Entre estas perspectivas, a aventura e as actividades inusitadas, a exploração da resistência psíquica e física das pessoas, o estar onde poucos outros estiveram ou fazer o que poucos outros conseguiram fazer, a busca dos antípodas da vida social quotidiana, são procuras que dão significado a este nicho de actividades de lazer, que são também de superação e de diferenciação.

O entendimento de todas estas questões é mediado pela presença constante do livre arbítrio individual e faz entroncar a análise das actividades radicais e aventura na identificação dos desejos, gostos, aspirações e interesses.

O lazer assume-se como orientação central na vida quotidiana da população, com especial relevância naquela que mantém relações próximas com os espaços urbanos, substituindo, de algum modo, o trabalho nessa função de organização social. Por toda a parte é-se solicitado constantemente

à evasão da monotonia da vida quotidiana, através do consumo e através do espectáculo. O lazer é uma expressão superlativa deste consumo/espectáculo e o turismo aventura e as actividades radicais catapultam as pessoas que neles se envolvem em elementos do próprio espectáculo. O processo é tendencialmente virtuoso, todavia, em algumas circunstâncias em que o controlo das acções é menos conseguido surgem riscos e perigos que merecem uma atenção cuidada. Efectivamente o propósito de segurança deve estar sempre presente em actividades de turismo aventura e actividades radicais, se bem que, por vezes, o propósito de superação das capacidades de cada um possa sobrepor-se a esse imperativo de segurança.

### **A mistura de significados**

Os efeitos conjuntos da revolução no uso do tempo, da diversificação das esferas de actuação das pessoas, do aumento da mobilidade espacial e da expansão do universo dos lazeres, produzem dinâmicas sociais que são capazes de criar inovação constante, quer através da identificação de novos recursos, como por intermédio da criação de novos produtos ou da reabilitação de produtos clássicos, através de novas roupagens, modos de apresentação ou públicos-alvo.

Efectivamente, muitos dos espaços/tempos, até aqui associados a actividades profissionais ou de recuperação física para a continuada boa prestação nessas actividades, apresentam hoje uma leitura ambígua e dual.

A identidade social, que se manifesta crescentemente através do consumo (lazer incluído), implica diferentes utilizações do espaço e a utilização de espaços diversos, tanto mais que “o tempo é uma condição muito mais absoluta do que o espaço. O tempo é irreversível, o espaço não. (...) O tempo não pode ser melhorado, mas o espaço certamente pode” (Nielsen, 1999), precisamente através da utilização de outros tempos.

Efectivamente, o tempo nunca está sozinho. Qualquer análise tem que ser sustentada por um tempo/espaço que permita explicar a realidade,



sabendo nós que esta é tendencialmente fluida e subjectiva. Na verdade, cada vez se produz mais para toda a parte e cada vez se consome mais o que é produzido em todo o mundo (Gama, 1988). Esta presença do eu no mundo e do mundo em cada um de nós, atributo de uma economia global, é indicativa de que estamos, cada vez mais, dispostos a ir mais longe buscar serviços que não temos no nosso espaço quotidiano, promovendo a viagem e sabendo que é possível atingir a concretização desses desejos de participação ou posse. Todavia, ao mesmo tempo, é criado um mundo que se julga detentor de uma abundância nunca antes vista, mas que aumenta a escassez de tudo, desde os recursos, até há bem pouco tempo de acesso livre, até ao espaço e ao tempo, considerados bens em extinção e, por isso, superlativados na sua importância, por aqueles que não têm tempo e fazem do globo o seu palco de actuação.

Na socioeconomia contemporânea, os espaços de lazer/consumo tornam-se referências centrais para grande parte da população das sociedades industrializadas. Estão, aliás, na base de novos modos de estruturação do tempo. Novidade é a preocupação com o modo como se gere o tempo fora do trabalho, especialmente aquele que sendo livre pode ser assumido como tempo de lazer, se bem que a pressão sobre o tempo tenha uma retrospectiva histórica relativamente curta. Na primeira metade do século XX, o tempo e a sua organização não representavam nenhum tipo de condicionamento para os indivíduos, porque não impunham a criação de tempos suplementares para essas actividades. Isto sucede devido à proximidade entre lugar de trabalho e de residência, aos trabalhos de tempo de vida, aos reduzidos níveis de informação sobre actividades de tempo livre, meios técnicos ainda algo incipientes e uma oferta algo restrita e muito localizada no espaço.

Ainda assim, o tempo representava uma preocupação evidente e as leituras que suscitava eram, já, então, ambíguas como se pode ver em Fernando Pessoa (Bernardo Soares) no seu *Livro do Desassossego* (350):

“Não sei que é o tempo. Não sei qual a verdadeira medida que ele tem, se tem alguma. A do relógio sei que é falsa: divide o tempo espacialmente, por fora. A das emoções sei também que é falsa: divide, não o tempo, mas a sensação dele. A dos sonhos é errada; neles roçamos o tempo, uma vez prolongadamente, outra vez depressa, e o que vivemos é apressado ou lento conforme qualquer coisa do decorrer cuja natureza ignoro. Julgo, às vezes, que tudo é falso, e que o tempo não é mais do que uma moldura para enquadrar o que lhe é estranho. (...)”

Também o trabalho envolve ambiguidade e alteração de significados. Para uns o trabalho é feito de forma obrigatória e alienante, para outros, é fonte de realização pessoal podendo incluir elementos caracterizadores de lazer (Gama & Santos, 1992). Esta referência é tanto mais pertinente quanto se sabe que as empresas começam a integrar, ao lado dos espaços de produção, espaços de lazer para os seus funcionários, facto que Kurz (1998) apelida de *preocupação perversa*, “porque não se trata de cuidar do bem-estar do funcionário (...) querem [é] o trabalhador o mais saudável possível para que se possa tirar mais dele”.

É por demais evidente que o tempo livre se reveste de crescente importância e, a satisfação passa, precisamente, pela sua valorização. É, todavia, também importante ter consciência de que o tempo livre não significa necessariamente lazer, assim como o trabalho pode ser, em muitos casos, sobreponível ou mesmo confundido com estados ou práticas de lazer. Na origem destas mudanças está a alteração dos modos de trabalho e a redução dos horários de trabalho que os acompanham e têm promovido o aparecimento de novas formas de trabalho: o *job-sharing*, o *part-time*, a sub-contratação, o tele-trabalho, o *jobber* (que pretende transformar a precariedade em modo de vida escolhido), o empregado por conta própria (que trabalha a um baixo preço com condições degradadas).

Efectivamente, tudo parece estar relacionado com uma mudança fundamental: a passagem da orientação da socioeconomia do mundo da produção para o mundo do consumo. A leitura do mundo através das necessidades, dos desejos, das aspirações e dos interesses dos consumidores

cria uma ambiência propícia a valorização da diversidade e da diferença que provoca o reescrever do que se entende e interpreta como norma e do que se aceita ou permite enquanto desvio.

A sociedade de consumo (Baudrillard, 1970; Rochefort, 1995; Santos, 2001) resulta, de alterações significativas no quotidiano de pessoas e instituições. É, de facto, a primeira sociedade em que os homens não se encontram rodeados, como sempre aconteceu, por outros homens, mas mais por objectos que vêm nascer, produzir-se e consumir-se. E esta mudança, pelo materialismo que representa, impõe aos seres humanos novos limites que tem que ser resultantes não apenas do ter, mas também do parecer, como refere Débord (1991) e hoje, fundamentalmente do participar. E se para alguns a participação *soft* é suficiente, para uma parte crescente dos consumidores importa participar experimentando coisas novas, diferentes, fugindo às normas.

Na realidade, em todas as anteriores civilizações eram os objectos que sobreviviam às gerações humanas. Contudo, na actualidade, os objectos deixam de sobreviver à vida do homem e são os objectos que incutem ao homem uma identidade, que se expressa pela capacidade de pertença mas, também, pela procura da diferença. A nobilitação do produto único, símbolo de uma identidade social, serve de bandeira na sociedade espectacular contemporânea. Porém, o produto único em conjugação com a vocação participativa promove utilizações menos convencionais que dão azo a desvios comportamentais que tem sido explorados pelos mercados como a criação de novas expressões culturais, sociais e desportivas, onde as actividades radicais, através do turismo aventura e dos lazeres activos, assumem a par com a procura da compensação perante o tempo de emprego, o da superação do outro, do tempo, do espaço, mas, fundamentalmente, do eu, o derradeiro adversário.

Estas referências entroncam nas práticas de lazer que vão assumindo dualidades e ambiguidades diversas. Efectivamente a par com a estandarização e mercadorização do tempo de lazer é valorizada a especialização de práticas e espaços, que embora nem sempre se assumam com práticas

desviantes, materializam novas relações com os outros, com os espaços e com os tempos, perspectivando novas modas, por vezes apenas práticas antigas com novas indumentárias. Com é óbvio, a pressão social dos grupos de referência é muito importante no processo de adopção destas práticas, quer através da procura do conforto ou do consumerismo, mas também por intermédio da publicidade e do marketing.

Na realidade, esta relação entre o controlo e a procura da evasão é responsável pelo aumento dos tempos, lugares e modos de lazer que nos tem empurrado para uma padronização e similitude de ritmos, geralmente associadas ao consumo massificado do lazer. Mas o lazer, ao ser entendido como tempos, espaços e modos de livre arbítrio e não alienação, procura, através do mercado ou de cada um de nós, a diferença e o desvio: a identidade, entre os outros diferentes e os nossos iguais. Tudo parece jogar-se entre a imitação dos estilos de vida das classes dominantes (que para grande parte da população apresenta comportamentos distintos e menos habituais) e a demarcação das situações de vulgarização de utilização.

Assim, tudo parece passar-se entre a distinção social que se associa a um consumo elitista, praticado pelos grupos dominantes e com um grande estreitamento de acesso e a ilusão igualitária dos grupos seguidistas, fomentadora da democratização do consumo e pelo alargamento social do acesso. Estes lazeres são caracterizados pelo banal, pelo amontoamento, pela ubiquidade e normalização de lugares e práticas, pela proximidade dos lugares visitados ou utilizados, em oposição à novidade, à sofisticação, à raridade e exotismo dos lugares e práticas, ao longínquo dos lugares (Santos, 2001 e 2008)

Ganham importância os lazeres activos e o turismo aventura como porta-estandartes de uma identidade de expressão idiossincrática. Stebbins (2008) refere que esta importância leva a uma maior organização dos lazeres e define os chamados lazeres ocasionais/eventuais (*casual leisure*), os projectos de lazer (*project-based leisure*) e os lazeres organizados (*serious leisure*).

Se os lazeres ocasionais são acessíveis à maior parte da população, têm uma expressão de prazer imediato, se mostram intrinsecamente recom-

pensadores, são de tempo curto e requerem pouco ou nenhum tempo de preparação para deles se retirar gozo/prazer, os lazeres organizados envolvem outros propósitos e outras capacidades, muitas vezes formas profissionais ou semiprofissionais de abordagem das actividades, como sucede em muitas das vertentes de lazer activo e turismo aventura, aqueles que mais procuram os desvios à norma, quer de forma tolerada, quer através modos menos aceites socialmente. Assim, os lazeres organizados caracterizam-se pela procura sistemática de uma actividade central amadora, *hobby* ou voluntária, suficientemente interessante e preenchida em natureza para o participante encontrar nela uma combinação de habilidades espaciais, conhecimento e experiência. Implicam temporalidades longas, preparações cuidadas e porventura dispendiosas, o domínio das actividades praticadas, um conjunto de conhecimentos que se ajustem às práticas e âmbitos espaciais muito diversificados. Com características mistas, relativamente às tipologias de lazer referidas surgem os projectos de lazer que são empreendimentos criativos, realizados no tempo livre, de curto prazo, razoavelmente complicados e acontecendo uma única vez única ou muito pouco frequentemente.

### **Uma nova economia, a do lazer**

A conjugação entre os lazeres de grupos dominantes com as tipologias de lazer que procuram valorizar a novidade, a diferença, o insólito, a presença de adrenalina, baseiam-se na criação de desvios aos lazeres existentes, de facto, na fuga à normalidade. E isto é tão mais importante quanto o lazer é hoje entendido como uma actividade económica que apresenta mais-valias significativas, sendo o turismo uma das actividades económicas mais rentáveis na actualidade.

A exploração da vertente económica do lazer não é um fenómeno com grande retrospectiva histórica. Foi Sue (1982), com as suas interrogações sobre a Sociedade do Tempo Livre que nos deu um tempo produtivo a tempo inteiro. Se as décadas de setenta e oitenta foram permitindo um

enriquecimento quantitativo em tempo livre, este não era acompanhado por uma evolução qualitativa. O tempo livre torna-se valor social, e há que valorizá-lo. Contudo, a nossa sociedade, tão bem estruturada no plano da organização do trabalho, era-o bem menos ao nível da organização do tempo livre (Sue, 1982).

O tempo libertado do trabalho está longe de se reduzir a um tempo de consumo passivo ou de inactividade como se apresentava então. O progresso acabaria por nos libertar do trabalho forçado e conduzir-nos-ia para uma sociedade onde o homem seria mais livre de realizar as suas ‘necessidades superiores’, necessidades sociais, espirituais, culturais ou estéticas. Podemos afirmar que são estas necessidades superiores que estão na base muitos dos comportamentos de lazer desviantes, que são, muitas vezes, facilmente integrados socialmente. Todos estes tempos envolvem informação, formação, realização do *eu*, actividades familiares, de socialização, de produção individual (autoprodução) ou colectiva, de envolvimento associativo, de fuga à rotina e do livre arbítrio, que nos levam a situações desviantes, umas toleradas socialmente e rapidamente integradas na panóplia de actividade realizáveis durante os tempos livres, outras consideradas não toleradas e, por isso, mantidas em segredo, distantes ou praticadas em grupos restritos e de forma privada. Em qualquer circunstância trata-se, como foi dito acima, de um tempo produtivo a tempo inteiro, que estará na base da importância dos lazeres na actualidade.

O reconhecimento do lazer enquanto valor social, embora advenha da importância que lhes foi sendo atribuída pelas populações trabalhadoras como forma de compensação, resulta também da exploração de nichos de mercado (Simões & Ferreira, 2009), que ao crescerem se tornam produtos dominantes, que promovem o investimento e permitem a rentabilidade económica. É, precisamente da conjugação entre a procura da inovação, da novidade e das experiências diferenciadas, com um oferta estimulante, revitalizadora e “arriscada” que surgem produtos de turismo, lazer e animação que escapam aos paradigmas existentes e se conotam com formas menos estandardizadas de animação e turismo, criando um mercado de produtos

extravagantes, singulares e originais. O risco, ou a percepção do risco, torna-se um ingrediente fundamental na criação de novos produtos de turismo e lazer, associando ao inesperado, dando lugar ao aparecimento de produtos de nicho que baseiam a sua oferta na fuga à norma, na percepção do risco, no jogo controlado com o perigo.

A sociedade contemporânea é, de facto, superlativa em relação às relações das pessoas com o tempo fora do emprego. Isto sucede porque o tempo livre e o tempo de lazer estão cada vez melhor organizados e as pessoas procuram no lazer compensações e superações diversas que passaram a fazer parte da vida de todos e de cada um de nós. Langman (1992) afirma a importância da Sociedade do Divertimento em *Neon Cages. Shopping subjectivity*. Defende que a transformação das pessoas de trabalhadores em consumidores modernos, em termos amplos e gerais (pelo menos no mundo desenvolvido), pode ter sido a maior mudança social desde a industrialização. A sociedade do divertimento afirma que as estratégias e relações quotidianas são um nunca acabar de celebrações de diversão porque, de facto, no mercado oferta e procura sobrepõem-se nos seus interesses e surge um número infindável de eventos, festejos, comemorações, dias de qualquer coisa, aniversários e sempre, sempre sociabilidades que geram novos divertimentos e atribuem transversalidade às actividades de lazer.

Quando observamos com alguma atenção o mundo que nos rodeia, as acções, intervenções, estratégias e planeamentos, assentes no lazer e no turismo são infindáveis e facilmente vemos que os céus estão cheios de turistas, que procuram novos parques temáticos ou velhos legados agora transformados em parques temáticos, as auto-estradas estão peçadas de carros, a terra de vivendas, a água de barcos, os centros comerciais com compradores, *lookers* e exibicionistas. Há amor para os solitários, sexo para os excitados, excitação para os aborrecidos, identidades para os vazios Langman (1992).

Na economia contemporânea Nazareth (2007) refere-se à substituição de uma economia de compactação/violentação do tempo (de *workaholics*) por uma economia de lazer (aposentados, *baby boomers*, geração X e geração

Y) que oferecerá horários de trabalho flexíveis e mais tempo livre. Segundo ela, as pessoas que adoptam este estilo de vida, querem produtos de turismo de saúde e bem-estar, trilhos e itinerários naturais e culturais (rurais e urbanos), ecoturismo, enoturismo e geoturismo. As gerações mais jovens, parecem querer seguir um caminho diferente dos seus pais e avós. Podem ficar em casa com os filhos, mas vão viajar pelo mundo e trabalhar menos. Com certeza, procurarão ter mais tempo de lazer.

Nesta perspectiva, o público-alvo dos lazeres somos todos nós, as pessoas comuns. E porquê? Na nossa sociedade vertiginosa, rotineira, sedentária, com poucas oportunidades para actividades de destreza física e poucas oportunidades de forte excitação emocional, as transgressões e desvios no âmbito das actividades de lazer serão uma actividade económica em crescimento, porque essa é a vontade das pessoas e porque se trata de nichos que permitem mais-valias económicas significativas e por isso mesmo serão também incutidos à população enquanto consumidora de bens e serviços.

### Lazer, normas e desvios

Hoje, a autonomia tradicional dos tempos sociais e o princípio da distinção dos eventos são postos em causa, como refere Stebbins (1996). As festas religiosas ou civis do calendário perdem o seu carácter ritual, porque as suas significações são alteradas e os propósitos são diversificados e mercadorizados. Na verdade, a festa tradicional, vista como normativa e integradora, surge como entidade patrimonial, que necessita de preservação e de orientação para públicos específicos, de forma a manter a sua existência enquanto actividade religiosa e lúdico-cultural. Surgem novas festas, como as *rave*, as *free parties* e grandes cerimónias desportivas, que são também responsáveis pela utilização de tempos inusitados e de espaços tecnologicamente evoluídos e espectaculares.

É, contudo, interessante referir que a temática das normas e desvios abrange um outro âmbito que, envolvendo o lazer, diz especialmente respeito



à relação da pessoa como o seu corpo e a sua imagem. Um corpo não espartilhado e valorizado pela moda e por opções cosméticas variadas, juntamente com novas formas de identidade social é algo que ganha expressão na sociedade actual. O corpo é uma matéria-prima que nós podemos consertar, completar (Le Breton, 2002) e transforma-se em instrumento e campo de lazer, atribuindo-lhe valências resultantes de uma curiosa mistura que alia a procura de bem-estar, da estética da saúde com o culto da excelência e da *performance* (Fournier, 2004).

Hoje, a atracção pela novidade e pelo desconhecido são, mais do que nunca, responsáveis por acções humanas (individuais ou colectivas) com uma contextualização espaço-temporal diferenciada em âmbito de lazer.

A importância em definir práticas concretas de actuação e expressões imagéticas dessas práticas sempre promoveu a organização de grupos, mais ou menos fechados e com manifestações identitárias específicas, de que os maçons são uma referência superlativa, que encontra hoje significado nas tribos urbanas. Com identidades bem vincadas e resultando muitas vezes de ideologias ou expressões sociais de oposição, com acontecia com os *teddyboys*, *mods*, *rockers*, hoje mantêm-se as referências com os betos, os *dreads*, os góticos, os *fashions*, os *streetwearers*, os *punks*, os surfistas, sempre com estilos de vida e comportamentos diferenciados e muitas vezes desviantes em relação às normas sociais vigentes. De facto, nas faixas etárias que compreendem os adolescentes e os jovens-adultos, estes grupos são expressão de individualidade e podem conduzir a atitudes de marginalização e de discriminação.

Também o tempo pode funcionar como despoletador de comportamentos desviantes. A relação entre o lazer e a noite, expressa hoje num mercado que é habitualmente referido como ENTE (*evening-night time economy*), contém em si sementes de revolução social e cultural, atitudes em relação ao sexo e relacionamento inter-género e à superlativação do hedonismo, porque a noite é um período em que o tempo livre associado ao lazer se sobrepõe ao tempo de emprego.

O tempo da noite impulsiona a libertação das rotinas quotidianas, insinua a transgressão, a alteração das normas de comportamento, através do prazer,

da emoção, da excitação (Santos & Moreira, 2008). A ocupação do tempo livre, nomeadamente do nocturno, é cada vez mais individualizada, socialmente diferenciada e diferenciadora, reflectindo categorias como a idade, os géneros, a etnia, os níveis de rendimento. O uso e abuso de produtos socialmente integradores estão associados ao lazer nocturno e o consumo excessivo de álcool, tabaco e outros produtos estupefacientes despoleta comportamentos desviantes, de risco e perigosos em populações cada vez mais jovens. É o caso do *binge drinking*, fenómeno que está ligado à cultura da noite e ao consumo excessivo de álcool com o intuito de obter uma situação de embriaguez o mais rapidamente possível, em ambiente de lazer.

Interessa perguntarmo-nos como nos estamos nós a modificar perante esta continuada exposição a novos tempos, a novos espaços e a novos modos? Ou, como questiona Aubert (2004), em que nos tornámos nós? Passámos de um período de submissão ao tempo para um outro em que não paramos de o violentar. Apenas nos interessamos pelo imediato, explorando as possibilidades de mudança e adaptação, tornando-se quase impossível a sustentação de valores num tempo longo. Somos hipermodernos.

Esta noção de hipermodernidade encontra nos lazeres modernos modos de valorização muito significativos. É o caso da passagem de um corpo submisso a um corpo livre e autofabricado; de um tempo onde nos escoávamos a um tempo que violentamos e que nos tiraniza; de um modo de relação com os outros, onde os sentimentos se desvanecem, às sensações de efemeridade e de volatilidade; do indivíduo da medida justa ao indivíduo que procura e vive o excesso; da procura de eternidade situada para além dos tempos à procura de intensidade no instante (Aubert, 2004).

Somos confrontados com mudanças e desvios e, como refere Dumazedier, (2002) o que ontem podia ser preguiça em relação às exigências do empreendimento, é hoje dignidade; aquilo a que ontem se chamava egoísmo em relação às exigências da instituição familiar chama-se hoje respeito pelos caracteres dos seus membros; uma parte do que antes era pecado aos olhos da instituição religiosa é hoje reconhecido como arte de viver (a moral do hedonismo); a ética do lazer não é a da desocupação que rejeita o trabalho,

nem a da licença que infringe as obrigações, é a de um novo equilíbrio entra as exigências utilitárias da sociedade e as exigências desinteressadas da pessoa.

Todas estas actividades apresentam como função principal o estabelecimento de relações que ao conquistarem a materialização, o intuito de obtenção de propriedade, têm que ir mais além para conseguirem a diferenciação. O bem de consumo é interpretado como signo cultural e ícone contemporâneo, mas há que encontrar no intangível e no imaterial as novas formas de propriedade que se expressam em portefólios de experiências e participações que envolvem actividades e acções muitas vezes mal toleradas ou não toleradas por partes significativas da população. Tudo parece estar virado do avesso já que facilmente grandes partes da cultura perdem o seu valor simbólico ou identitário devido a uma *desclas-sificação* dos significados, do mesmo modo que as pessoas que representam uma certa ordem de valores comprometem os símbolos de que estão investidos, como acontece com os políticos nas televisões em emissões de puro divertimento e a identificação das figuras mediáticas de uma cultura popular como os gurus orientadores da sociedade, em substituição dos filósofos das gerações passadas.

É possível afirmar que a sociedade actual se apresenta algo desregrada, extremamente flexível ou muito fluida. Se bem que estas conotações possam ser interpretadas de forma negativa, elas envolvem também aspectos positivos que tem uma expressão relevante nas actividades de lazer.

O lazer pode ser interpretado com uma fuga aos padrões de comportamento rotineiro e alienante. Assim sendo, o lazer é um *desvio* ao mundo do trabalho, consentido e promovido pela ideologia capitalista de obtenção de lucro. De facto esta promoção pode acontecer em todos os tempos, em todos os espaços, em todas as acções e é a expressão de uma identidade social valorizada pelo consumo de bens, de serviços e de espaços

Esta leitura das práticas de lazer está de acordo com a valorização conceptual da sociedade moderna da mudança e heterogeneidade (expressão da relação entre o ecletismo e a individuação). Casa pessoa tem cada vez

mais possibilidades de participar em múltiplas esferas de acção que definem o seu estilo de vida e caracterizam a sua identidade social (entre a semelhança e a diferença). Esta sociedade envolve algumas particulares principais de que importa relevar a instantaneidade na circulação de informação, a autonomia da esfera financeira, o aumento da importância das firmas mundiais na mercadorização de bens e serviços (neoliberalismo). E, na realidade, aquilo que é entendido como desvio numa comunidade, tolerável e não tolerável, num período particular da história, reflecte os valores assumidos por aqueles que têm um poder colectivo suficiente para definirem legislativa, executiva e judicialmente as práticas (influência na opinião pública) (Stebbins, 1996)

Estamos perante uma sociedade que evidencia sinais de tolerância e pluralismo, muito associados às alterações dos estilos de vida, das mobilidades e das tecnologias. Cada vez mais pessoas estabelecem contactos e obtêm conhecimentos de outras culturas e modos de vida. A experiência turística autêntica, em regiões remotas do mundo, tornada possível pela actual facilidade de viagens pelo mundo, tem tido um papel fundamental no aumento dos contactos. Aliás, para os que são obrigados a ficar em casa, os *mass media* modernos trazem a diversidade às suas habitações, promovendo um nível significativo de indulgência através da diferença, da informação e do contacto virtual com situações desconhecidas, desviantes ou mesmo não toleradas. De qualquer modo, a vivência urbana surge mais associada à tolerância do que a vivência rural, fundamentalmente pela facilidade de adopção de inovações, de experiências de vida de maior intensidade e diversidade de contactos.

Um dos veículos principais desta tolerância e pluralismo é precisamente o lazer, que veio permitir a valorização de novos valores, com a criação de novas normas, a aceitação social de desvios.

Efectivamente, existem desvios que passam a ser considerados toleráveis no lazer. Os desvios toleráveis são vistos, pela maior parte dos que os procuram, como algo interessante ou divertido de fazer num tempo de não trabalho, especialmente significativos porque o divertimento público mantém

as pessoas longe do vício. Esta era a perspectiva da sociedade industrial, em que o lazer era aceite apenas como forma de recuperação e regeneração dos trabalhadores entre períodos de trabalho. Muito lazer era considerado, só por si, como prática desviante. O trabalho era visto como a actividade central da vida humana.

Quando se aborda a temática do lazer e das práticas desviantes é possível identificar diferentes motivações. Todavia, estas podem ser encaixadas em três referências principais. Enquanto alguns pretendem explorar alternativas particulares, para além das formas institucionalizadas pela comunidade, outros procuram os desvios (entendidos como toleráveis) por ser excitante ir contra as normas sociais, sendo comportamentos procurados por partes significativas da população porque implicam apenas pequenas sanções e poucas hipóteses de ser apanhado em flagrante. Por último, há que afirmar que muitos dos que apresentam comportamentos desviantes toleráveis não avaliam negativamente esses comportamentos. Afirmam apenas ter um comportamento diferente (Stebbins, 1996). Isto evidencia o quão difícil pode ser discernir quais os limites da tolerabilidade e da normatividade.

Os desportos radicais, o lazer activo e o turismo aventura (com diversas situações de sobreposição), implicam precisamente práticas em que pode ser difícil efectuar essas delimitações. Ainda assim, o conceito de *radical* é associado a uma certa carga de irreverência, loucura, muita adrenalina e risco. Não deixar de notar, contudo, que as modalidades de *risco acrescido* são praticadas por pessoas disciplinadas, já que a falta de disciplina (incúria das normas) dos praticantes penaliza algumas pessoas e os próprios.

Na sua essência estas actividades promovem a fuga à rotina e são responsáveis por novas relações com o espaço e com os tempos, que se assumem como desvio e/ou transgressão, também porque o desafio passou da competição directa, da necessidade de superação de um adversário, a um desafio muito mais intrínseco: é o nosso próprio *eu* o adversário a conquistar (como acima foi referido).

A prática de turismo de aventura surge também como uma forma de escapar do quotidiano das áreas metropolitanas e de participar em aventuras

em meio natural, formas de actividades inovadoras e pouco habituais para muitas pessoas. Claro que há que utilizar os equipamentos adequados para o efeito, mas é também cada vez mais fácil aceder a esses utensílios capazes de melhorar as performances e reduzir os riscos dos turistas de aventura.

## Notas Finais

São muitos os motivos que levam as pessoas normais a fazerem coisas fora do comum e que podem ser integrados na atractividade pelo turismo de aventura, pelos lazeres activos e pelos desportos radicais. Como é óbvio, esta atractividade não resulta apenas do desejo ou interesse da procura, mas depende, e muito, do apelo efectuado pelas agências de turismo e operadoras para tornarem o empreendimento um sucesso (cativar clientela), através da criação de alternativas agradáveis, emocionantes, ambientalmente sustentáveis (vivenciar de actividades nas montanhas, nos rios, em lagos, em oceanos, em florestas, em ilhas, em quedas de água, nos campos, em trilhos) e diferente dos espaços de actuação habituais das pessoas.

Interessa, de facto, saber porque é que pessoas comuns, acostumadas aos hábitos e comodidades da vida moderna, aceitam participar neste tipo de actividades. Acostumadas ao conforto, à tecnologia e à segurança, o turismo aventura e o lazer activo vão muito para além da contemplação dos cenários. Porque se expõem, então, as pessoas a actividades de aventura que envolvem riscos? Claro que a percepção da segurança necessária às modalidades oferecidas (emoções com riscos controlados) é fundamental, mas trata-se da procura de emoções fortes por meio da prática de actividades que podem ser realizadas em lugares diversos. Isto porque as pessoas querem ter *trunfos* para contrapor ou justapor nos diversos processos de socialização e sociabilização em que vão participando no seu quotidiano, onde se incluem também aqueles que tem a ver com o emprego e as com as obrigações.

As actividades de aventura são responsáveis por um determinado tipo de catarse que não se verifica facilmente em outros tipos de actividades,

o corpo é uma bandeira desfraldada e liberta, os espaços são os que estão cada vez mais longe, que são mais exóticos ou mais arriscados, os tempos assumem-se num contínuo de utilização e a compensação não é o suficiente. É preciso atingir a superação. É preciso criar uma agenda de lugares, tempos e modos que possa servir de identidade ou identificação para cada um de nós, integrando-nos em grupos de pertença, e para os outros, aqueles com que menos nos identificamos.

## Bibliografia

- Baudrillard, Jean (1970) – *A sociedade de consumo*, Edições 70, Lisboa.
- Débord, Guy (1991) – A sociedade de espectáculo- Mobilis in Mobile. Cascais, 1ª ed. 1967.
- Dumazedier, Joffre (2002) – Lazer: valores residuais ou existenciais? In Poirier, Jean, *História dos Costumes. Éticas e Estéticas*, 1ª Ed. 1990, Editorial Estampa, Lisboa, pp. 147-223.
- Dumazedier, Joffre (1968) – Vers une civilization du loisir? Coll. Points. Éditions Seuil, Paris
- Fournier, Martine (2004) – Souci du corps et sculpture de soi, *Sciences Humaines*, 154, Novembro, Auxerre.
- Gama, António & Santos, Norberto Pinto (1992) – Tempo livre, lazer e terciário, *Cadernos de Geografia*, 10, IEG, Coimbra.
- Gama, António (2008) – Notas para uma Geografia do tempo livre, In Santos Norberto P. & Gama, António, *Lazer. Da libertação do tempo à conquista das práticas*, Imprensa da Universidade, CEG, Coimbra, 1ª ed. 1988.
- Gronow, Jukka (1997) – *The sociology of taste*. Routledge, Londres.
- Kurz, R. (1998) - Mataram o lazer. On line. <http://www.istoe.com.br>. Acesso Dezembro de 1998. Entrevista a Eduardo Ferraz.
- Langman, Lauren (1992). Neon cages. Shopping for subjectivity. In Rob Shields (ed.) *Lifestyle shopping. The subject of consumption*. The International Library of Sociology, Routledge, Londres, pp. 40-82.
- Le Breton, David (2002) – *Conduites à risque*, Presses Universitaires de France, Paris.
- Nazareth, Linda (2007) – *The leisure economy. How changing demographics, economics and generational attitudes will reshape our lives and our industries*, Wiley & Sons, Ontario.
- Nielsen, Niels Kayser (1999) – Knowledge by doing. Home and identity in a bodily perspective. In Crouch, David, *Leisure/tourism geographies. Practices and geographical knowledge*, Routledge, Londres, pp. 277-290.
- Rochefort, Robert (1995). *La société des consommateurs*. Paris: Editions Odile Jacob.
- Santos, Norberto Pinto (2001) – *A sociedade de consumo e os espaços vividos pelas famílias*. Edições Colibri, CEGC, Lisboa.
- Santos, Norberto Pinto (2008) – *Lazer. Da libertação do tempo à conquista das práticas*. Imprensa da Universidade, CEG, Coimbra.

- Santos, Norberto Pinto e Moreira, Claudete (2008) – O lazer e a noite. Imagens de uma cidade universitária: Coimbra, in Lazer. Da libertação do tempo à conquista das práticas, Santos, Norberto Pinto & Gama, António, Imprensa da universidade, CEG, Coimbra.
- Stebbins, Robert (1996) – *Tolerable Differences: Living with Deviance*, 2ª ed. McGraw-Hill Ryerson, Toronto.
- Stebbins, Robert (2008) – *Serious Leisure. A perspective for our time*. Transaction Publishers, Londres.
- Simões, José Manuel & Ferreira, Carlos Cardoso (2009) – *Turismos de nicho. Motivações, Produtos, Territórios*. CEG, Universidade de Lisboa, Lisboa
- Soares, Bernardo (2006) - *Livro do Desassossego*, Assírio & Alvim, Lisboa.
- Sue, Roger (1982) - *Vers une société du temps Libre?* Sociologie d'Aujourd'hui, PUF, Paris.
- Tuan, Yi Fu (1996) – Space and place: Humanistic perspective. In Agnew, John, Livingstone, David & Rogers, Alisdair, *Human Geography. An essential anthology*. Blackwell, Cambridge, 1ª ed. 1974.





Série  
Documentos

•

Imprensa da Universidade de Coimbra  
Coimbra University Press

2011

