

Lazer e turismo no limiar de uma rede de viajantes: estudo de caso do *Couchsurfing* no extremo sul do Brasil.

Marcina Amália Nunes MOREIRA¹
Christianne Luce GOMES²

Resumo: O presente trabalho tem a intenção de socializar as discussões primordiais de uma investigação de doutorado, no Programa de Pós Graduação em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais. Seu objetivo principal é socializar uma análise do conteúdo dos dados preliminares. A metodologia fez menção à abordagem qualitativa e contou com pesquisa bibliográfica e com pesquisa de campo com realização de entrevistas semiestruturadas, tanto presencial quanto virtualmente através de *skype*. As entrevistas possibilitaram conhecer, essencialmente, as motivações dos viajantes pelo cadastro na rede, as viagens e seus hábitos no extremo sul do estado Rio Grande do Sul, divisa entre Brasil (Jaguarão, RS) e Uruguai (Río Branco, UY). Portanto, o trabalho fundamenta-se na hipótese de que há especificidades nesta atividade que contradizem as terminologias usuais adotadas por uma linha mercadológica dos campos do turismo e do lazer. Por fim, procedeu-se à análise das entrevistas efetuadas a fim de se compreender as possíveis interfaces existentes entre turismo e lazer nessa perspectiva de estudo, uma vez que parecem existir confusões entre esses conceitos tanto no senso comum quanto na academia.

Palavras-chave: Lazer; turismo; rede de viajantes.

1 Generalidades do estudo

A proposta deste trabalho é trazer a análise de alguns dados iniciais coletados para tese doutoral, em andamento no Programa de Pós Graduação em Estudos do Lazer, da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais. A finalidade precípua do presente trabalho consiste, portanto, em investigar a prática de lazer turístico na fronteira Brasil/Uruguai a partir do *couchsurfing*, sob a hipótese de que a experiência do lazer a partir desta rede virtual mundial de viajantes encaminha especificidades na prática dos sujeitos usuários da rede virtual no ambiente fronteiriço.

Localizado no extremo sul do estado do Rio Grande do Sul, Jaguarão (Brasil) limita-se com Río Branco (Uruguai) através da Ponte Internacional Barão de Mauá, sob o rio Jaguarão. Segundo dados divulgados pelo Censo 2010 do IBGE³ Jaguarão conta com uma população de

¹ Turismóloga, Mestre em Geografia e Doutoranda em Estudos do Lazer pela Universidade Federal de Minas Gerais. Atualmente é docente na Universidade Federal de Viçosa, *campus* Florestal. Link de acesso ao Currículo Lattes <http://lattes.cnpq.br/8017242895377836>. E-mail: marcina.amalia@ufv.br.

² Doutora em Educação com Pós-doutorado em Ciências Políticas e Sociais. Professora Associada da UFMG; Pesquisadora do CNPq/Fapemig. Link de acesso ao Currículo Lattes <http://lattes.cnpq.br/3397229266029271>. E-mail: chris@ufmg.br.

³ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em www.ibge.gov.br (Acesso em março de 2015)

27.942 habitantes distribuída por uma razoável trama urbana. Por sua vez, Ríó Branco (Uruguai) tem aspecto secundário e suas condições urbanas são carentes em infraestrutura básica.

As condições econômicas de ambos os municípios têm relação com sua história e cultura fronteiriças sustentadas pelos avanços e retrocessos das guarnições militares, bem como pelas facilidades do transporte fluvial pelo rio Jaguarão. No entanto, a partir da inauguração dos *free-shops* em Ríó Branco, no ano de 2003, constatou-se um crescente fluxo de turistas para a cidade uruguiaia, despontando Jaguarão como “cidade dormitório”.

De maneira geral, a investigação de uma rede virtual mundial de viajantes e suas implicações em um contexto particular, o extremo sul do Rio Grande do Sul, justifica-se pela constante inquietação existente no cotidiano acadêmico e social no que se refere às atividades de turismo, lazer e suas interfaces. Nesse sentido, são comuns os discursos distorcidos, além da imprecisão conceitual entre os termos, uma vez que os mesmos delineiam campos de estudos em ascensão, tanto na abordagem acadêmica quanto mercadológica.

Na medida em que a Organização Mundial do Turismo, por exemplo, o define como um fenômeno relacionado ao “deslocamento voluntário e temporário de indivíduos (...)” (OMT apud DE LA TORRE, 1992, p.92), percebe-se que a ênfase à questão temporal é muito específica nesta abordagem. Desta forma, esta organização acaba também por diferenciar os sujeitos conforme as motivações, tempo e distância viajada, distinguindo visitante de turista e de excursionista (BENI, 2001), por outro viés, com finalidade exclusivamente estatística e econômica. Sob outro enfoque, enquanto prática social complexa, o lazer pode ser concebido como uma necessidade humana e como uma dimensão da cultura caracterizada pela vivência lúdica de manifestações culturais no tempo/espço social (GOMES, 2004).

Assim, o que se pretende problematizar nesta comunicação ao menos enquanto uma hipótese de investigação doutoral é se os conceitos existentes acerca do turismo e do lazer estão em consonância com outros contextos de pesquisa como é o caso da rede virtual de viajantes escolhida para a aplicação da pesquisa, o *couchsurfing*.

A seguir será apresentada a metodologia empenhada na elaboração deste trabalho, as discussões teóricas acerca de lazer, turismo e a rede de viajantes estudada, o *Couchsurfing*, além de uma análise preliminar das entrevistas empreendidas nesse processo. Por fim, serão apresentados alguns apontamentos reflexivos sobre o tema de estudo.

2 Metodologia

O presente estudo constitui uma abordagem preponderantemente qualitativa. De acordo com Maingueneau (2000, p.95), esse tipo de pesquisa “compreende um conjunto de práticas interpretativas (...)”, caracterizando-se pela realização de vários tipos de métodos científicos.

Para buscar informações iniciais sobre os sujeitos (*couchsurfers*) envolvidos em redes de viajantes no extremo sul do Brasil, foram investigados alguns cenários através do sítio eletrônico oficial do *Couchsurfing*: perfis, grupos de discussão, comentários e relatos das viagens a Jaguarão (BR) e Río Branco (UY), eventos e fotografias publicadas.

Em seguida, empreendeu-se uma revisão de literatura buscando traçar, através de artigos, teses, dissertações e monografias, as principais discussões sobre as interfaces de estudos entre lazer e turismo. A partir da revisão de literatura alcançou-se "os saberes e as pesquisas relacionadas com a sua questão; deles se serve para alimentar seus conhecimentos, afinar suas perspectivas teóricas, precisar e objetivar seu aparelho conceitual". (LAVILLE; DIONNE, 1999, p.112).

Após a submissão e aprovação da proposta ao Comitê de Ética em Pesquisa (COEP), procedeu-se à operacionalização das entrevistas semiestruturadas. As mesmas ocorreram a partir de um processo amostral não probabilístico por conveniência, ou seja, à medida que os usuários aceitaram participar da pesquisa através, inclusive, da aceitação de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, elaborado para esta finalidade. Após um primeiro contato realizado por e-mail, as entrevistas com quatro turistas (*guests*) cadastrados na rede *Couchsurfing* ocorreram através de videoconferência, com utilização da ferramenta *skype*, entre os meses de janeiro e fevereiro de 2016.

Por fim, é importante salientar que foi analisado o conteúdo de cada entrevista baseada nas relações inferidas pelo pesquisador sobre lazer e turismo. Nesse momento levaram-se em conta as autodenominações de cada voluntário da pesquisa, sendo as mesmas: a) FlavDav; b) Storck; c) BitMary e d) Lange.

3 Revisão de Literatura

É notório que o ser humano, não obstante também suas práticas e experiências relacionadas ao turismo, ao lazer e às viagens, é constantemente influenciado pela compressão espaço-temporal, pela racionalização produtiva e pelo desenvolvimento científico e tecnológico. Tais elementos ressurgem, basicamente, com o desencadeamento do processo conhecido como globalização nas últimas décadas.

Blog's de viajantes e destinos turísticos promovidos por diversas mídias são, constantemente, pauta dos noticiários formais e informais de nosso cotidiano. Tal constatação enaltece a máxima de que a *internet* trouxe grandes mudanças ao mercado do entretenimento. Esse movimento de inserção de tecnologias tanto da informação como da comunicação no cotidiano, tem produzido, paralelamente às formas de consumo hegemônicas, novos engajamentos políticos ainda escassos em termos de investigação. Para além da troca de experiências, também proporcionada em outras formas de viagem, essa nova matriz de intercâmbio sugerida pela formação de redes de viagem parece constituir modos distintos de percepção, ordenamento e reordenamento em termos de relações com o espaço/tempo das práticas de lazer e turismo nas destinações.

Lazer e turismo entendidos, assim, sob a ótica do senso comum seguem circunscritos pela lógica econômica apontada pela mídia, pelas tendências da moda e pelo “empacotamento” de sonhos e desejos, característico do turismo organizado. O mercado, muitas vezes, impõe uma segmentação direcionada à personalização do produto turístico e à individualização do turista, do viajante independente, alheio aos pacotes reconhecidos como “turismo de massa” que, por sua vez, acaba por suprimir um sentido de hospitalidade, sobretudo.

Um exemplo típico do lazer e do turismo “empacotados”, assim, remete-se aos pacotes de viagem destinados aos grandes resorts com praias ditas privativas aos usuários do meio de hospedagem, do atrativo, que parecem excluir o intercâmbio cultural entre os turistas e as comunidades locais. Uma vez que a hospitalidade turística envolve, enquanto infraestrutura, as redes hoteleiras, restauração, entretenimento, manifestações artísticas, dentre outros, entende-se que o fenômeno da hospitalidade parece ainda mais amplo. A hospitalidade, segundo Cruz (2002, p.39), “(...) não se restringe à oferta, ao visitante, de abrigo e alimento, mas sim ao ato de acolher, considerado em toda sua amplitude, envolvendo um conjunto de estruturas, serviços e atitudes que, intrinsecamente relacionados, proporcionam bem-estar ao hóspede”.

O cotidiano e o próprio espaço dos viajantes estão, assim, cada vez mais marcados pela dissipação da objetividade, pelo relativismo cultural e pela cultura de massa uma vez que “o espaço do turismo e do lazer são espaços visuais, presos ao mundo das imagens que impõem a redução e o simulacro. E que reduzem a apropriação enquanto mercadoria de uso temporário definida pelo tempo de não trabalho”. (CARLOS, 2005, p. 176).

De acordo com Krippendorf (2000, p.14), “a necessidade de viajar é, sobretudo, criada pela sociedade e marcada pelo cotidiano. As pessoas viajam porque já não se sentem à vontade onde se encontram, seja nos locais de trabalho, seja onde moram”. Nesse cenário, o movimento torna-se, então, uma manifestação central do espaço, e atividades de lazer e turismo enquanto práticas sociais são pouco a pouco incorporadas no tempo livre da sociedade, suscitando diferentes formas de consumo como resposta às rotinas estabelecidas pelo tempo de trabalho, se é que assim se pode enveredar para uma compreensão desses fenômenos utilizando-se a discrepância entre os tempos.

Turismo e Lazer, assim, são fenômenos da sociedade moderna entrelaçados, onde um acontece no âmbito do outro, ou seja, toda forma de Turismo é uma modalidade de Lazer e este possui uma série de possibilidades de práticas e vivências, dentre elas, o Turismo. A passividade teórica gerada pela escassez de conhecimento em relação não especificamente ao Lazer, mas aos marcos referenciais existentes sobre essa temática representam constantes reflexões de alguns autores, como Elias e Dunning (1996), Gomes e Elizalde (2011), dentre outros.

Nesse sentido, Fernández e Bedoya (2011, p.15) pontuam uma série de assertivas que se fazem necessárias ao avanço de referências no campo do Lazer. Um primeiro tema relaciona-se com a visibilização e problematização de um projeto de centro à periferia,

buscando entender consensos em torno da colonialidade de leituras. Outros temas contemplam os possíveis benefícios do Lazer na superação da exclusão social, visibilizando as particularidades diante de uma invisibilização do “local”, além da necessária busca por referenciais que possibilitem a construção do conhecimento em Lazer.

Por outro lado, além da pequena produção acadêmica no campo do Turismo apontada na pesquisa de Rejowski (1996), Moesch (2002, p.15) relata que “as categorias que expressam a sua estrutura, vão além do tempo, espaço ou consumo”, indicando que o turismo também ocorre em outras dimensões. Para essa autora, a reconstrução de novos conceitos no âmbito da produção do saber turístico requer “a busca de novas categorias historicizadas” que, por sua vez, abrangem uma análise social.

São nítidas as transformações no mercado das viagens e do entretenimento. A compreensão da viagem como prática social prescinde da discussão sobre alguns pressupostos teóricos, ultrapassando-se, por exemplo, conceitos consolidados sobre a noção de cibercultura e na busca pela compreensão do papel dos mediadores nas práticas de lazer. Percebe-se, também, que o mercado busca, incessantemente, apreender a capacidade de criação, de forma a transformá-la em mercadoria.

Uma premissa bastante difundida que procura explicar esse conjunto de transformações é a de que a comunicação em rede constrói um novo modelo de produção, distribuição e consumo cultural. Isso porque dissimula a relação tradicional existente entre produtores e consumidores. Ou, ainda, induz ao fato de que o processo de desintermediação, por assim conhecer, opõe um modelo central e massivo ao universo aberto das redes, uma vez que estimula o contato direto entre os ditos “produtores” e os “consumidores”, através de novos canais de distribuição. Pierre Lévy (2009, p.92) acena para o potencial interativo do ciberespaço, entendido por esse autor como:

(...) o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso.

Para se compreender as transformações da indústria do entretenimento e, especialmente, da viagem turística como experiência social, torna-se necessário discutir alguns pressupostos teóricos, ultrapassando-se, por exemplo, conceitos consolidados sobre a noção de cibercultura na busca pela compreensão do papel dos mediadores nas experiências de lazer, por exemplo. Percebe-se, também, que o mercado busca, incessantemente, apreender a capacidade de criação, de forma a transformá-la em mercadoria.

Rojek (1995) defende que os múltiplos usos e o relativo barateamento dos sistemas de comunicação são realizados para ampliar as opções de lazer. De acordo com o autor, numa análise mais específica voltada a essas novas tecnologias da informação e comunicação, especialistas em tecnologia do lazer argumentam que a revolução do uso do interior doméstico como um recurso de lazer já está claramente a caminho, tendo como catalisador a tecnologia telemática.

A tecnologia possibilitou a ampliação dos horizontes das atividades tanto de lazer quanto de turismo, propriamente ditas, muitas vezes de risco, ou de aventura, do mesmo modo que hoje o fazem telefones móveis e aparelhos de GPS. O cenário, ao mesmo tempo em que serve de espaço lúdico, revela o modo como nessa cultura os eventos em rede são incorporados em como fonte de lazer e aprendizado. O viajante estaria mais propenso a se engajar cada vez mais em novas experiências, as quais, graças aos avanços tecnológicos, são cada vez mais desafiadoras e emocionantes, fazendo com que os limites individuais estejam sempre postos em questão.

Na contramão, portanto, deste discurso comum, que confere ao campo do Lazer e Turismo uma abordagem funcionalista, homogeneizando-se as práticas e ausentando-se maiores reflexões sobre as vivências, parecem emergir novas formas de organização e reorganização sócio espaciais, especialmente nas principais destinações turísticas já consolidadas. Assinalada por uma proposta de viagem diferenciada, portanto, a rede mundial de viajantes intitulada *Couchsurfing* compõe o objeto de investigação deste trabalho. Contudo, a literatura específica sobre esse tema ainda é escassa sendo que a maioria dos dados apresentados sobre essa rede de viajantes derivou de uma busca incessante na *internet*.

O termo *Couchsurfing* existe antes mesmo da criação da rede mundial de viajantes em *website*, no ano de 2004. A organização foi idealizada por seu fundador, o americano Casey Fenton a partir de uma viagem que o mesmo fez à Islândia. Buscando uma experiência distinta de um turista tradicional que reserva hotéis e busca informações sobre os principais atrativos turísticos, Casey resolveu encaminhar e-mails para mais de mil estudantes na tentativa de conseguir um “lugarzinho” na casa desses estudantes que lhe conferisse conforto psicológico e fisiológico. Desta forma, ao buscar um meio de hospedagem alternativo, no caso, em domicílio, o idealizador do *Couchsurfing* “assinou um contrato de troca” com os anfitriões da Islândia, por assim dizer, uma vez que o mesmo tinha a oferecer sua experiência cultural em troca do modo de vida dos estudantes daquele lugar.

Esta rede conta, atualmente, com mais de dez milhões de *couchsurfers* cadastrados distribuídos em mais de 100.000 cidades no mundo. Em 2011 foi incorporada ao site a missão de “criar experiências de viagem baseada na troca, na generosidade, na confiança interpessoal e no intercâmbio cultural” e seu lema é a “reunião dos povos”. Assim, o *Couchsurfing* apresenta-se como uma rede social sem fins lucrativos, oferecendo a vantagem de alojamento gratuito pelo mundo inteiro sem qualquer custo ou obrigação adicional, mas que também possui alguns pontos de questionamento que vão de encontro,

por exemplo, ao aspecto da segurança, uma vez que os usuários, de forma abrangente, não possuem de fato detalhe sobre o ambiente onde se hospedarão ou, mesmo, maior clareza e informação em relação ao cotidiano, bem como ao núcleo familiar do anfitrião, dentre outros aspectos.

Para além da troca de experiências, também proporcionada em outras formas de viagem, essa nova matriz de intercâmbio oferecida pela formação de redes de viajantes constitui um modo atraente para a formação de olhares sobre as relações com o espaço/tempo de lazer e turismo nos destinos turísticos. Os elementos lúdicos comumente permeiam os processos culturais vividos somando-se a outros processos e práticas sociais. Por sua vez, Urry (2001, p. 30) salienta que “o turismo envolve necessariamente o devaneio e a expectativa de novas experiências, que divergem daquelas normalmente encontradas na vida cotidiana”.

Os viajantes em rede, assim, selecionam seus vínculos a partir de similitudes que remetem a valores afetivos. Nesse sentido, a sociabilidade baseada em localidades fisicamente delimitadas é, paulatinamente, substituída por novas categorias ditadas pela própria organização social em redes virtuais. “O decisivo, portanto, é a passagem da limitação espacial como fonte de sociabilidade para a comunidade espacial como expressão da organização social.” (CASTELLS, 2001, p.106). Para Gomes (2012) a compreensão desta nova natureza do espaço, que é geográfico, mas também político e social, colocado em evidência é um desafio que instiga profissionais de diversas áreas. Afinal, mesmo que sejam observadas algumas iniciativas em contrário, vive-se num ambiente alienador, em que o observador ingênuo vê o mundo como se este fosse constituído de elementos independentes e separados uns dos outros.

Nesse sentido, em relação ao *Couchsurfing* e às novidades apresentadas por esta rede mundial de viajantes, relativas à mediação, à possibilidade de o anfitrião ser o guia de turismo dos hóspedes desconstrói, por exemplo, o modelo tradicional de guiamento turístico. O modelo dito tradicional é baseado na formatação de roteiros turísticos balizados pelo tempo cronológico em cada atrativo ou passeio monitorado, bem como no uso de equipamentos básicos de apoio ao turista, como os meios de locomoção, de hospedagem, de restauração. Dentre outros aspectos, Urry (2001, p.15) faz referência à relação entre necessidade do consumo e experiência prazerosa, colocando que alguns serviços turísticos

(...) em certo sentido são desnecessários. São consumidos porque geram supostamente experiências prazerosas, diferentes daquelas com que nos deparamos na vida cotidiana. E, no entanto, pelo menos parte dessas experiências consiste em lançar um olhar ou encarar um conjunto de diferentes cenários, paisagens ou vistas de cidades que se situam fora daquilo que, para nós, é comum.

Em um cenário, aparentemente antagônico ao exposto pelo autor acima, a viagem mediada pela rede virtual de viajantes caracteriza-se, também, pela experiência do anfitrião

ao alugar um turista em sua própria residência, sob a égide das interações socioculturais que ali ocorrem, sejam no estabelecimento de regras comuns para as refeições e mobilidade de forma geral, sejam pelos aspectos que remetem à reciprocidade. Nessa perspectiva das mudanças de cunho social, bem como os efeitos que as mesmas implicam na afetividade e nos relacionamentos humanos, Bauman (2001, p. 40) afirma que “os seres humanos não mais nascem em suas identidades, mas precisam tornar-se o que já são”, fato este que evidencia a originalidade desta investigação no âmbito dos estudos do turismo e do lazer permitindo que os saberes e estratégias nesse contexto sejam realçados, ampliando-se as possibilidades de discussão acerca do tema.

4 Resultados e discussões

Tendo em vista os assuntos levantados a partir da revisão de literatura, buscou-se revelar as interfaces possíveis entre Lazer e Turismo a partir dos conteúdos revelados nas entrevistas. Os quatro voluntários de pesquisa, portanto usuários do *Couchsurfing* têm em comum o fato de serem brasileiros, embora um more fora do país, além dos mesmos serem estudantes, sendo dois deles de pós-graduação, nível doutorado, e outros dois de graduação. A faixa etária dos mesmos varia entre 29 e 37 anos e todos eles são usuários assíduos da rede, tanto para hospedar (host), quanto para “ser hospedado” como turista (guest).

Outro fator em comum aponta para a curiosidade em relação a novos relacionamentos e para conhecer novos lugares também, de maneira geral. Em primeiro lugar foi enfatizada a visão de cada voluntário sobre a rede *Couchsurfing*, onde os mesmos discorreram, respectivamente, sobre a doação do tempo em função de ser hospiteiro a algum visitante, na perspectiva da reciprocidade e da negação do pagamento pela hospedagem em moeda corrente. Outros fatores complementam esta ideia no sentido de estabelecer conexões com outras pessoas em termos colaborativos, bem como o aspecto de compartilhamento de cultura a partir da diversão e da gastronomia, como colocado no estrato de entrevistas abaixo:

“Doar um pouco do meu tempo que eu tenho de melhor em prol de outra pessoa, em prol de algo que quero tanto é melhor que dá dinheiro é melhor do que você dar o capital, assim e eu acho que essa ideia do couchsurfing ela vem para fortalecer e agregar valor digamos assim (...). (Storck)

“O legal do couchsurfing não é você ficar de graça na casa de alguém, é a conexão que tu fazes, é conhecer gente e isso pode gerar frutos e pode gerar colaborações na vida”. (FlavDav)

“Me agrada o espírito do couchsurfing, principalmente essa ideia de compartilhar tanto o tempo quanto comida, diversão. (Lange)

Os dizeres dos usuários do *Couchsurfing* no extremo sul do Brasil, por exemplo, remetem ao fator tempo dispensado para usufruir e conhecer um pacote de atratividades, bem como as principais diferenças percebidas por eles entre as viagens proporcionadas pela rede e aquelas “ditas” convencionais. Um deles as chamou de turismo “risca da lista”:

“(…) a maioria das pessoas que têm condição de viajar hoje em dia, principalmente eu vejo isso no Brasil, parece que tu tens uma lista, tipo aquela lista de coisas a fazer que a gente vai riscando as coisas da lista até porque o tempo é curto para conhecer tudo, sabe, uma espécie de turismo risca da lista?”. (FlavDav)

“(…) vou lá porque eu tenho que ir, porque todo mundo foi né, é mais essa coisa de eu tenho que postar eu tenho que mostrar e compartilhar minha experiência do que ter a experiência em si, diferentemente do que o Couchsurfing proporciona (…)” (BitMary)

Nesta perspectiva, percebe-se que Dumazedier (1994, p.38) apresenta o turismo como “um fenômeno histórico sem precedentes, na sua extensão e no seu sentido, é uma das invenções mais espetaculares do lazer da sociedade moderna”, interpretando essa prática como uma criação, um “subproduto” do lazer. No entanto, sua teoria já não determina com precisão outros fenômenos que não consideram o lazer e o turismo minimamente como uma esfera mercadológica, em contraposição ao trabalho. Por outro lado, Gomes et al (2010, p.40) destacam que o turismo é um fenômeno marcado pela mobilidade humana, incitado por diversas motivações, enquanto a “essência do lazer, por sua vez, é a vivência lúdica de manifestações culturais (que podem ser diversas atividades ou até mesmo o ócio) em um determinado tempo/espaço”. Tal assertiva parece alavancar pistas mais consistentes para o entendimento do lazer e do turismo pensados na perspectiva de uma rede virtual de viajantes como o *Couchsurfing*, principalmente por considerar que os fenômenos são espaciais e temporais e, portanto, tais categorias são fundamentais para analisa-los.

Portanto, diferentemente de Dumazedier (1994), outros estudiosos (FARIA, 2009; GOMES et al, 2010; LACERDA, 2010) entendem a interface existente entre lazer e turismo sob um viés que não manifesta hierarquia ou juízo de valor entre essas duas práticas, também apontadas por um dos usuários do *Couchsurfing* ao relatar que o turismo emprega o tempo do turista em cada atrativo, diferentemente da perspectiva do *Couchsurfing*, onde sua prática inclusive se aproxima do câmbio de hospitalidade. A abordagem dessa interface deve partir, assim, de uma “relação dialógica”, conforme expressam Gomes et al (2010, p.40), ou seja, ao mesmo tempo em que entende-se que o turismo representa uma alternativa de lazer, o lazer constitui uma forma de motivação das práticas de turismo, o que a lógica de mercado caracteriza como um segmento do turismo.

Araújo & Isayama (2009, p.145), por outro lado, enfatizam que Lazer e Turismo são “campos abertos de interseções, seja em seus aspectos culturais, sociais ou históricos”,

embora sejam apropriados pela indústria do entretenimento enquanto bens de consumo, além de interpretados como sinônimos pelo senso comum. Em relação aos relatos dos voluntários esta perspectiva de análise da interface lazer e turismo encontra algumas respostas na medida em que se considera o compartilhamento tanto de “(...) tempo quanto comida, diversão” (Lange).

Em certa medida, ou seja, se o ato de deslocar/movimentar for desconsiderado, é bastante possível que tais termos se aproximem conceitualmente. Lacerda (2010, p.309) pondera exemplificando que é possível “(...) realizar uma viagem de negócios e ao mesmo tempo planejar uma vivência de lazer em meio a tal compromisso. Outra possibilidade seria perceber vivências turísticas ao desenvolver experiências de lazer dentro da própria cidade ao visitar monumentos históricos”, estabelecendo relações entre as duas temáticas, independentemente do fato de haver ou não deslocamento.

5 À guisa de continuidades

Torna-se adequado salientar que, no Brasil, ao mesmo tempo em que as pesquisas requerem maior problematização sobre o lazer enquanto categoria de análise, alguns pesquisadores têm enveredado seus estudos para os conhecimentos das características do lazer através da pesquisa empírica. Nesta perspectiva, esse trabalho propôs, assim, uma discussão sobre as interfaces existentes entre os campos lazer e turismo a partir de uma rede virtual de viajantes, o *Couchsurfing*, e seus usuários no extremo sul do Brasil.

A análise das entrevistas empreendidas através de um roteiro mostram que abordagens sobre lazer e turismo no campo acadêmico baseadas em conteúdos e categorias rígidas, estratificam o entendimento sobre o tempo e a motivação das viagens. Ora, esse apontamento orienta uma compreensão de teorias edificadas em outros tempos e espaços, que dificultam a compreensão das experiências de lazer, por exemplo, na contemporaneidade.

Essa constatação parte da premissa de que algumas teorias que remetem aos estudos do lazer e turismo estão, de certa maneira, dependentes, ou seja, necessitam de novas fontes, com princípios e características que possam ampliar as discussões acerca dessa temática em diferentes aspectos, a partir de objetos e objetivos contextualizados. Parte desta consideração se deve ao fato de que os fluxos de pessoas, objetos e informações têm-se modificado, mutuamente, nas últimas décadas, o que faz com que os pesquisadores se deem conta da configuração de um vigoroso *modus vivendi*.

Enquanto fenômenos sociais dinâmicos, lazer e turismo requerem estratégias de investigação que envolvam variadas abordagens, promovendo intercâmbios entre os demais campos, sejam os das ciências naturais, sociais, arte e tradição, tendo em vista um sentido de complementaridade entre os mesmos. Esta comunicação, portanto, ao contrário de esgotar as possibilidades, buscou levantar um entendimento da pesquisa como compartilhamento e não como um fim em si mesma.

Referências bibliográficas

Bauman, Z. (2001). *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: ZAHAR.

Beni, M. (2001). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.

Carlos, A. F. A. (2005). *O Consumo do Espaço*. São Paulo: Contexto.

Cruz, R.C. A. (2002). *Geografia do Turismo: de Lugares a Peseudo-lugares*. São Paulo: Roca.

Dumazedier, J. (1979). *Questionamento teórico do lazer*. Porto Alegre: CELAR-PUC-RS.

Dumazedier, J. (1994). *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva.

Figueiredo, A. F. (2008). *Sobre buscas e sentidos em uma rede mundial de viajantes: The Couchsurfing Project*. (Dissertação de Mestrado).

Gomes, C.; Elizalde, R. (2012). *Horizontes latino-americanos do lazer*. Belo Horizonte: UFMG.

Gomes, C.; Pinto, L. (2010). *O lazer no Brasil: analisando práticas culturais, cotidianas, acadêmicas e políticas*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Krippendorff, J. (2000). *Sociologia do Turismo: Para Uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens*. São Paulo: Aleph.

Lacerda, L. L. L. (2007). *Interface turismo-lazer: encontros e desencontros*. São Paulo: Aleph.

Laville, C. ; Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo Horizonte: UFMG.

Lévy, P. (2009) *Cibercultura*. São Paulo: 34.

Maingueneau, D. (2000). *Termos-chave da análise do discurso*. Belo Horizonte: UFMG.

Moesch, M. (2002). *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.

Rejowski, M. (1996). *Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional X situação brasileira*. Campinas-SP: Papirus.

De La Torre, O. (1992). *El turismo, fenómeno social*. Cidade do México: Fondo de Cultura Econômico.

Urry, J. (2001). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, SESC.