

Lazer, experiência turística, mediação e animação cultural: uma análise do Projeto Turismo Jovem Cidadão (SESC-RJ)

Bernardo Lazary Cheibub¹

Resumo: Este artigo é resultado de inquietações oriundas de uma pesquisa que está sendo desenvolvida no Mestrado em Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais, na linha “Lazer, Cidade e Grupos Sociais”. A pesquisa tem como objetivo geral identificar e analisar as estratégias de mediação que integram o Projeto Turismo Jovem Cidadão (PTJC) - uma iniciativa subsidiada pelo Serviço Social do Comércio (SESC-RJ) -, tendo em vista compreender como elas são apropriadas e ressignificadas tanto pelos profissionais, como pelos jovens que participam do projeto. Contrariando direcionamentos de alguns órgãos representativos do *trade* turístico que restringem o turismo a uma viagem em que haja pernoite, o PTJC oferece pressupostos para que pesquisadores discutam a concepção de Turismo, de Lazer, de Inclusão Social e de Mediação, todos imbricados no mesmo processo. Os questionamentos e as provocações inseridas neste texto foram geradas com auxílio de bibliografia nas áreas de Estudos do Lazer, Turismo, Mediação e Animação Cultural. As informações referentes ao PTJC foram recolhidas por meio de observação participante durante suas etapas e em entrevistas com os coordenadores técnicos do Setor Turismo Social do SESC Tijuca.

Palavras-chave: Lazer. Experiência Turística. Animação Cultural. Projeto Jovem Cidadão (SESC- RJ)

Introdução

Desde 1948 o SESC vem criando, por meio de seus inúmeros programas e projetos, possibilidades para que as pessoas vivenciem a experiência turística, conheçam e reconheçam lugares e desenvolvam relações inter-pessoais. O Projeto Turismo Jovem Cidadão possibilita aos jovens oriundos de comunidades marginalizadas do Rio de Janeiro a oportunidade de vivenciar o lazer por meio de visitas aos principais pontos turísticos da própria cidade onde residem, através de passeios e excursões.

¹ Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: mlazer@effto.ufmg.br

Técnicos e profissionais envolvidos na organização e execução do projeto selecionam jovens de 12 a 17 anos das comunidades atendidas por três unidades do SESC (Tijuca, Ramos e Engenho de Dentro), estes jovens devem necessariamente estar vinculados a Ong's conveniadas ou órgãos/centros municipais de assistência social.

Acompanhados dos profissionais responsáveis pelo projeto, durante cinco dias consecutivos, esses jovens realizam visitas temáticas pela cidade, tendo acesso a saberes e a vivências relacionados a vários temas, tais como: transportes públicos urbanos, histórias do Rio antigo, meio ambiente e pontos turísticos do Rio de Janeiro. Além disso, os jovens são munidos de câmera fotográfica para registrarem suas experiências, sensações e momentos marcantes, para posterior montagem de exposições de algumas imagens por eles captadas.

É importante destacar que ainda são incipientes, no Brasil, pesquisas que tratem da questão do lazer nas camadas populares e que articulem os processos de mediação com a experiência turística. Neste panorama, o PTJC se torna um pertinente estudo de caso, pois, devido às suas características, representa um campo fértil para questionamentos relativos ao objeto a ser investigado. Nesse sentido, foram elaborados questionamentos que indicarão os caminhos da pesquisa: Quais estratégias de mediação integram o PTJC? Como elas são apropriadas e ressignificadas pelos sujeitos que fazem parte do processo?

Os Estudos do Lazer

O entendimento da relação dos jovens de baixa renda com a experiência turística e suas especificidades deve ser analisado no âmbito de uma problemática mais geral: o campo de estudos do lazer.

Nas últimas décadas a palavra Lazer vem sendo propagada indistintamente nos meios de comunicação de massa, no discurso de políticos em propaganda eleitoral e em diversas situações do dia a dia. Percebemos seu emprego em diferentes sentidos e contextos, o que torna circunstancialmente seu significado diluído por abordagens superficiais, reducionistas e embasadas pelo senso comum. O termo, muitas vezes, é associado unicamente a alguma atividade subjetiva e prazerosa, o que desconsidera o tempo em que ela ocorre e a atitude do indivíduo em relação a mesma.

O conceito de lazer moderno desenvolvido pelo sociólogo francês Joffre Dumazedier – que principalmente a partir da década de 70 influenciou diretamente o campo de estudo no Brasil – foi e é difundido como:

Um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (DUMAZEDIER, 1973, p.34).

Ao situar o lazer em um tempo separado do tempo do trabalho, Dumazedier o compreende como fruto da civilização nascida da Revolução Urbano-industrial, que, segundo ele, artificializou o tempo e o espaço cotidiano do indivíduo.

Analisando a concepção do teórico francês, a pesquisadora Gomes (2004) faz algumas considerações pertinentes: 1 - ao tratar o lazer como um conjunto de ocupações, Dumazedier desconsidera outras manifestações culturais que também podem dizer respeito ao lazer, como o ócio (momento de fruição, contemplação.) 2 – coloca o lazer necessariamente em contraponto ao trabalho e às obrigações, como dimensões estanques e separadas por completo, como se a vida fosse compartimentada, formada por limites claros e homogêneos.

Com o estabelecimento destas críticas, Gomes (2004) compreende o lazer da seguinte maneira:

Em síntese, entendo o lazer como uma dimensão da cultura constituída por meio da vivência lúdica de manifestações culturais em um tempo/espço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações, especialmente com o trabalho produtivo. (GOMES, 2004, p.125).

Ao analisar os aspectos educativos do lazer, Marcellino (1987) destaca-o “como um dos possíveis canais de atuação no plano cultural, tendo em vista contribuir para uma nova ordem moral e intelectual, favorecedora de mudanças no plano social”. (1987, p.63-64). Melo (2003), ao relacionar o lazer às camadas populares, atenta para o fato de que esse é “fruto de luta social [...] por carregar em consonância elementos de manutenção da ordem e da subversão do trabalho e da lógica de produção” (2003, p.36). Observa ainda que “deveríamos nos afastar de qualquer postura que encare o lazer como forma linear de resistência ou dominação” (2003, p.55).

Acreditamos que, a esta ambivalência do lazer, pode-se acrescer a coexistência de múltiplas possibilidades. Como bem destacam Melo e Alves Júnior, os momentos de lazer não são necessariamente uma coisa ou outra:

[...] não são somente mecanicamente determinados pelas condições econômicas, mas não se pode deixar de perceber tais influências. Não são somente instantes de alienação, embora também o possam ser. Não são somente momentos de resistência, embora também o sejam. (MELO; ALVES JÚNIOR, 2003, p.10).

O lazer pode, portanto, ser tempo/espaço para manifestações “livres” em que as únicas ou primordiais “funções” sejam a busca pelo prazer e pelo vínculo social - a sociabilidade identitária. Ao articularmos estas colocações com O PTJC, perguntamos: será que o projeto propicia cidadania aos jovens ou será somente um tempo de despolitização dos seus problemas? É considerado o caráter hedonístico do lazer (na experiência dos jovens)?

A Experiência Turística

Respeitando nosso foco de estudo, torna-se necessário contextualizar também a relação do jovem com o turismo, entendido como “uma atividade cultural de lazer, oportunidade de conhecimento, de enriquecimento da sensibilidade, de percepção social e experiências sugestivas” (MARCELLINO, 2002, p.74).

Para situar a reflexão que vislumbro, é necessário recorrer a Gastal e Moesch (2007), que compreendem o turismo como uma experiência do indivíduo, em seus deslocamentos, ao se defrontar com o novo e com o inesperado, de vivenciar

processos de mobilização subjetiva que o levariam a parar e a re-olhar, a repensar, a reavaliar, a ressignificar não só a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas naquele momento e naquele lugar, mas muitas das suas experiências passadas.” (2007, p.10).

Entre suas argumentações, as autoras observam que:

O estranhamento, nestes termos, não dependeria do tamanho da distância percorrida, mas da mobilização afetiva desencadeada. E isso pode se dar dentro do bairro ou da cidade em que se reside, quando o cidadão sai de suas rotinas temporais e espaciais ao visitar, por exemplo, um bairro diferente do seu (2007, p.10).

Em outras palavras, tais “choques” podem acontecer dentro da cidade onde se vive, imbricados com o cotidiano trabalho-transporte-casa-família.

Camargo (2001) afirma que quando a qualidade da vida cotidiana é negativa, cria-se o *slogan* viajar para o mais longe, o mais caro, o mais exótico possível. Em muitas situações o que o turista quer é “adquirir com as viagens signos que vão diferenciá-lo socialmente, dando-lhe uma posição mais destacada dentro do seu grupo social.” (FRATUCCI, 2007, p.10).

Mesmo este viés turístico – unilateral, se consideradas todas as possibilidades que o turismo pode empreender – permanece impossibilitado para a maior parte da população, em função do peso da condição sócio-econômica - como bem demonstrado em pesquisa realizada pelo Sesc² na cidade de São Paulo (apud CAMARGO, 2001):

Férias nos últimos anos (por renda familiar, em Salário Mínimo).

DESCRIÇÃO	Até 1 SM		De 3 a 5 SM		+ de 20 SM	
	No	%	No	%	No	%
Tirou férias	14	26	79	29	78	65
Não tirou férias	39	74	194	71	120	35
Total	53	100	273	100	120	100

Viagem nas Férias (por renda familiar, em Salário Mínimo).

DESCRIÇÃO	Até 1 SM		De 3 a 5 SM		+ de 20 SM	
	No	%	No	%	No	%
Viajou	1	7	45	56	69	88
Não viajou	13	93	35	44	9	12
Total	14		80		78	
	100		100		100	

De acordo com IBGE, no ano de 1999, 43,5% das famílias brasileiras tinham renda familiar de até um salário mínimo - e 90,6% ganhavam até cinco salários (apud CRUZ, p.48). A conjugação desses dados permitem constatar que a maior parte da população não tem oportunidade de viajar. No entanto, mais agravante que esta condição é o fato de que esta maioria não tem acesso a malha urbana de espaços de lazer da cidade onde vivem. Uma pesquisa realizada dentro do planejamento de implantação do projeto Carioquinha³ mostrou que grande parte dos cariocas não conhecia os principais cartões-postais e atrativos turísticos

² A pesquisa Sesc/95 agrupou os 96 distritos do município de São Paulo (apud CAMARGO, 2001).

³ Projeto patrocinado pela Prefeitura do Rio que surgiu com o objetivo de proporcionar aos cariocas descontos e programações especiais oferecidas por pontos e serviços turísticos do Rio de Janeiro (CARIOQUINHA, 2007).

da cidade - o que é um paradoxo, pois o atrativo turístico deveria ser pensado, antes de qualquer coisa, como um equipamento de lazer para seus moradores.

Carvalho (apud CAMARGO, 2004, p.76) atenta para o fato de que: “nenhuma cidade pode ser turística se não for prazerosa para seus habitantes”. A MICT⁴ expôs dados que demonstram que as maiores insatisfações de turistas estrangeiros no Brasil são referentes a infra-estrutura urbana (limpeza, transportes, comunicações, segurança, sinalização) ou seja, serviços e instalações que estão diretamente relacionados à qualidade de vida do morador. Uma resposta unilateral encontrada pela gestão pública e a iniciativa privada tem sido a construção de “bolhas” de desenvolvimento dentro da cidade - se não dá para arrumar a casa toda, arruma-se somente uma parte, aquela que o turista vê. (CRUZ, 2002, p.49).

Outra faceta importante a se destacar é que, analisando a maneira como o arranjo produtivo do turismo é encaminhado, observamos que a população sequer é beneficiada com o turismo receptivo, como bem sintetiza Fratucci:

No cenário do mundo globalizado, o turismo é visto por alguns como um mecanismo possível para a redistribuição de renda entre os países e áreas ricas e os países e áreas menos privilegiadas, na medida em que os turistas oriundos, na sua grande maioria das primeiras levariam parte de suas poupanças acumuladas lá, para consumir nas segundas. Evidentemente, esse discurso não se sustenta na maioria dos casos e só serve para justificar as estratégias políticas de alguns líderes interessados em aderir ao pacto neoliberal do sistema vigente. Na medida em que o fluxo de capital está bastante internacionalizado e que a maioria das grandes corporações estão sediadas nos países centrais, o dinheiro gasto pelo turista praticamente não chega aos destinos turísticos, uma vez que o hotel pertence a uma a grande cadeia européia, a empresa aérea é americana, a operadora é inglesa, e assim por diante. A maior parte do valor pago pelo pacote turístico mantém-se nas áreas emissoras e apenas uma pequena parcela é transferida para as áreas receptoras (2007, p.12).

Falcão enfatiza que o acesso ao turismo não deve estar “mais unicamente relacionado aos visitantes [...], mas também aos anfitriões, que devem ter tanto acesso aos recursos turísticos como aos benefícios do turismo [...]” (2006, p.133). Para Melo:

A chave do processo deve ser a reintegração do cidadão à cidade. Enquanto o cidadão não reconhecer e reivindicar a cidade como efetivamente sua, enquanto não se der um banho de cidadania na cidade, todas as medidas serão sempre paliativas. (2003, p.79).

⁴ Revista publicada pela antiga EMBRATUR (1998).

Nesta concepção, a experiência turística cumpre importante papel, ao ampliar as possibilidades de server e acessar diferentes olhares (MELLO, 2004) aos diversos e intermináveis objetos e situações da “vida-cidade”, como bem coloca Wainberg:

[...] a cidade deve ser vista como uma escritura, uma fala a ser interpretada pelo transeunte. Trata-se de um enigma a ser desvendado pela exploração. A percepção é estimulada pelo estranhamento causado por sua arquitetura, vias, limites, bairros, pontos nodais, marcos, avenidas, cafês e bares. É uma obra de arte viva, e seus atores móveis são os seus habitantes. [...] No campo estranho, todo aquele é relevante na composição do todo. (2001, p.11).

Wainberg (2001) compreende o turismo urbano como um fenômeno comunicacional, e a cidade como um texto passível de inúmeras interpretações.

O turismo urbano e o turismo social, quando encarados dentro da ótica da educação para o lazer e da inclusão social, podem se tornar importantes aliados na transformação da realidade de pessoas que não se caracterizam “exatamente pelo gozo pleno dos direitos da cidadania” (MAGNANI, 1996, p.32), as chamadas “Minorias Sociais”⁵.

Entende-se por Turismo Social um conjunto de ações que “[...] permitam o acesso ao turismo de amplos setores da população, os quais por insuficiência de meios econômicos ou por falta de hábito, de educação ou de informação [...]”, permanecem fora do movimento turístico (CTS⁶ apud ORTUÑO, p.218),

[...] porém mais especificamente [dirigido] às camadas sociais que não teriam condições de viajar com seus próprios recursos, de modo que o preço pago pelo usuário seja inferior ao custo real do produto a ser utilizado, graças aos subsídios oferecidos pelas instituições governamentais, associações de classe ou ainda organizações privadas, sem intuítos lucrativos. É importante frisar que deve existir um enriquecimento cultural abrangente, dentro de uma proposta crítica com relação ao consumismo, que vise ao pleno bem-estar social e à melhoria da qualidade de vida de seus participantes (JAQUES apud FALCÃO, 2006, p.135)

No entanto, vemos que os limites entre o turismo social e o de massa (ou tradicional) nem sempre são muito claros. Abitia observa que:

Hoje, qualquer organização turística que se identifique [...] com a meta de tornar as viagens e o turismo acessíveis ao maior número de pessoas – diferenciando-se

⁵ O termo minoria se justifica por remeter não somente ao aspecto numérico, mas por contemplar “[...] grupos que podem ter um número elevado de membros, mas que não têm menor acesso aos mecanismos de poder.” (MELO, 2003, p.24).

⁶ Comitê de Turismo Social – criado pela Organização Européia de Cooperação Econômica.

assim do único objetivo de maximização dos benefícios - pode requerer sua entrada no movimento de turismo social. (2006, p.148).

Um exemplo no Brasil ocorre com a “Linha turismo” de Porto Alegre, um projeto criado pela secretaria de turismo da prefeitura, em que é possibilitado também para a população local, conhecer, por meio de um *city tour*⁷, outras regiões da cidade. Um ônibus panorâmico de dois andares percorre 11 bairros e 17 dos principais pontos turísticos de Porto Alegre em aproximadamente 80 minutos - durante o trajeto um Guia apenas informa canonicamente peculiaridades dos monumentos e atrativos percorridos. (LUMERTZ, 2006)

É inegável a importância do turismo no mundo contemporâneo, como fenômeno sócio-cultural e sócio-espacial intimamente relacionado ao lazer. No entanto, a atividade turística, da forma como muitas vezes tem sido planejada, pode se tornar apenas mais uma peça que movimenta o binômio produção-consumo no qual predomina a idéia de lucro em detrimento dos aspectos qualitativo e educativo da viagem. Ramalho Filho e Sarmiento corroboram com a idéia acima exposta, ao citarem a “Indústria do turismo”, que, para as autoras, vem “facilitando a ampliação de fronteiras, consumindo lugares, meros objetos do processo de acumulação e reprodução de capital” (2004, p. 36).

Nesta lógica, o turismo é reduzido a práticas de consumo e associado a atitudes compensatórias e alienantes, no chamado tempo livre das pessoas. Inserimos nesta ótica o turismo de massa, que utiliza técnicas e procedimentos padronizados e estandardizados, muitas vezes, gerando um “empacotamento das sensações”. Gastal e Moesch (2007) afirmam que: “É necessário priorizar a concepção de um turismo sustentável e humano [...] o qual se distancia do turismo de massa, impactante e ilusório [...]” (p.46). As autoras esclarecem ainda que uma “concepção mais contemporânea e articuladora de vivências locais e globais entre cidadãos e visitantes, entre fluxos e fixos, [resistiria] a uma produção espetacularizada, artificial, só para turistas” (2007, p.46).

Este turismo aludido pelas autoras acima, na teoria, sugere outras práticas que possibilitem a vivência cultural (e sustentável) do fenômeno turístico, que envolve essencialmente deslocamento e a busca por ritmos, estilos de vida e paisagens diferentes (CAMARGO, 1992); Percebemos esta proposta de pensar e fazer o turismo, portanto, como

⁷ O *city tour* é uma prática diretamente relacionada ao turismo de massa, entendida como ocupação do tempo, em uma lógica de consumir o máximo (de informações e imagens) em um período cada vez mais curto.

uma possibilidade de estabelecer pontes entre o viés crítico/criativo do lazer, a experiência turística e a animação cultural.

Mediação e Animação Cultural

A concepção de animação cultural tem sido definida por Melo, de forma clara e direta, como:

[...] uma tecnologia educacional (uma proposta de intervenção pedagógica) pautada na idéia radical de mediação (que nunca deve significar imposição), que busca permitir compreensões mais aprofundadas acerca dos sentidos e significados culturais (considerando as tensões que nesse âmbito se estabelecem) que concedem concretude à nossa existência cotidiana, construída com base no princípio de estímulo às organizações comunitárias (que pressupõe a idéia de indivíduos fortes para que tenhamos realmente uma construção democrática), sempre tendo em vista provocar questionamentos acerca da ordem social estabelecida e contribuir para a superação do *status quo* e para a construção de uma sociedade mais justa. (2006, p.28,29).

Ventosa (2007, p.6) reforça o aspecto do vínculo comunitário e da autocrítica ao afirmar que: “Se trata em definitiva de devolver el protagonismo de lo sociocultural a la comunidade local, origem y meta da la animación”. Fato alentado por Lopes (2007, p.6), quando afirma que: “[...] a Animação Sociocultural, através dos diferentes âmbitos [...], constitui um método para levar as pessoas a autodesenvolverem-se e, conseqüentemente, reforçarem os laços grupais e comunitários”.

A Animação cultural possui três pilares essenciais, de acordo com Ventosa (apud MELO, 2006, p.77):

- a modalidade cultural, cujas principais funções seriam a promoção e a dinamização cultural, o desenvolvimento da expressão e da criatividade e a formação cultural; sua metodologia é centrada na atividade; seus espaços principais são casas e centros de cultura;
- a modalidade social, cujas principais funções seriam a promoção da participação, o associativismo e o desenvolvimento comunitário; a metodologia é centrada no grupo ou na comunidade; seus espaços principais são as associações e os movimentos coletivos; e
- a modalidade educativa, cujas principais funções seriam o desenvolvimento da motivação para a formação permanente e a educação para o tempo livre; a metodologia é centrada nos indivíduos.

Melo (2006, p.78) propugna “que a especificidade da animação está no espaço impreciso entre as três modalidades, na articulação sempre conjugada e complexa das três possibilidades”.

Caride (1997) apresenta as três perspectivas paradigmáticas da Animação cultural e a atuação do profissional em cada uma delas: a primeira chamada de tecnológica ou “engenharia cultural”; o animador percebe a realidade social e cultural de forma verticalizada, hierarquizada e organizada, em que se espera dele um saber dirigido, operativo, bem prescrito e impessoal. Como desconsidera as individualidades, dificilmente propõem mudanças na ordem social, conservando a sociedade tal como é. Este modelo, de forma concreta, se vincula ao chamado “recreador tradicional” (MELO, 2004).

A segunda perspectiva diz respeito ao paradigma interpretativo ou de formação cultural. Diferentemente da primeira, de acordo com Caride (1997), esta considera não somente os saberes, como também os valores e significados implícitos ao ato de conhecer. Talvez por isso, a realidade seja enxergada de maneira horizontal e pluralista pelo animador, entretanto, ele não facilita ou estimula a relação das pessoas com o processo artístico, apenas oferece um conjunto de atividades e as convida a refletir. (MELO, 2004). Com isto, corre-se o risco de ignorar a questão do poder e das coações exercidas sobre os diversos discursos culturais (CARIDE, 1997). Encontramos majoritariamente essa perspectiva encaminhada por museus e centros culturais (MELO, 2004).

A terceira trata da animação cultural na sua essência processual, a partir de uma perspectiva dialética ou sóciocrítica, construída e problematizada em práticas culturais comprometidas com uma democracia cultural, transformadora e emancipadora. Pode ser ilustrada como uma fôrma multiplicadora de sujeitos protagonistas de suas próprias vidas em comunidade, o que é corroborado por Canclini ao dizer que: “só a multiplicação de atores pode favorecer o desenvolvimento cultural democrático e a representação de múltiplas identidades” (2006, p.190). Melo esclarece que:

Não se trata de impor uma programação nem somente convidar, mas gerar propostas em conjunto com o público, a partir de seu envolvimento, crendo em estratégias de mediação para ampliar o grau de compreensão e de vivências culturais do grupo (MELO, 2004, p.13).

O autor ainda atenta para o cuidado contextual da intervenção:

No âmbito das camadas populares existem resistências no cotidiano e caberia ao profissional, evitando sentimentos de vanguardismos exacerbados, basear-se nessas resistências em sua ação de animação cultural, que deve ser encarada como uma intervenção de mediação e negociação, nunca de desconsideração das peculiaridades do local. (MELO, 2003, p.51,52).

Lopes, ao abordar a interseção da Animação cultural com outras áreas destaca que ela está ligada a “áreas nucleares e complementares que se afiguram essenciais para a sua intervenção, como é o exemplo da educação, entendida numa concepção que ultrapassa o espaço escola e se estende à vida, ao seu pulsar [...]” (2007, p.7). Quando tratamos da idéia de lazer e turismo para jovens que vivem à margem do acesso e das possibilidades de vivenciar novas experiências, estamos falando de “processos de mediação cultural, que contribuam para tornar os indivíduos mais críticos perante o poder dos meios de comunicação e para ampliar os conhecimentos acerca das diversas linguagens” (MELO, 2006. p.78). Ao animador cabe, “[...] nesse processo, historicizar a cidade, contribuir para o refletir sobre seus problemas, contribuir com a re-identificação da/com a cidade” (MELO, 2003, p.81) Em outras palavras, mostrar e ao mesmo tempo reintegrar a cidade como parte/núcleo identitário do jovem, e não como algo que não lhe pertence. Ao refletirmos sobre o PTJC, argüimos se ele possibilita somente o vislumbre de atrativos, monumentos e edificações turísticas, ou permite ao jovem, após lóbrigar, se aproximar e refletir sobre a concretude do muro que divide a comunidade ao qual fazem parte dos lugares visitados?

Considerações Finais

O lazer parece ser central na formação e constituição das identidades pessoais e sociais dos jovens. Dessa forma, a juventude é percebida como tradutora/mediadora de questões centrais do mundo contemporâneo, como bem destacam Gomes e Faria:

As especificidades das gerações deixam de exibir as mesmas marcas e passam a se misturar aspectos da vida ou formas de interpretar a própria experiência, o que antes era atribuído a determinados grupos etários. As modificações na percepção que se tem do envelhecimento, aliadas ao efetivo prolongamento da expectativa de vida, produzem um deslocamento cultural que “transforma o jovem, de promessa de futuro que era, em modelo cultural do presente” (Peralva apud Gomes e Faria, 2005, p.37)

Peralva e Sposito (apud GOMES, FARIA, 2005, p.35) argumentam que “estas mudanças tiveram [e têm] uma repercussão aguda sobre a população juvenil, mesmo porque

são mudanças que ‘nascem com os jovens’.” Nesta dinâmica, Carrano, Dayrel e Brenner (2004) falam da subjetividade juvenil presente no tempo de lazer:

É principalmente nos tempos livres e nos lazeres que os jovens constroem suas próprias normas e expressões culturais, ritos, simbologias e modos de ser que os diferenciam do denominado mundo adulto. (p. 176)

No entanto, um paradoxo é observado quando pensamos nos paradigmas socialmente atribuídos aos jovens, percebido por estes mesmos autores: “[...] Não é incomum que a sociedade enxergue nessas culturas traços de marginalidade quando estas fogem ao social e culturalmente esperado pela ‘adulterez’ [...]”. (CARRANO, DAYREL, BRENNER, 2004, p.176).

Ou seja, ao mesmo tempo em que os jovens são vistos como modelo cultural, principalmente se associados à imagem de saúde e aventura, quando estes criam novas e peculiares formas de se expressar (normas, hábitos, valores e sensibilidades), acabam sendo criticados e coagidos a agir de acordo com as regras do mundo adulto. Isto posto, uma questão parece ser crucial para a pesquisa: no PTJC, é possibilitada aos jovens a livre expressão de si mesmos, ou acabam sendo coagidos a agir de acordo com as regras de etiqueta social de cada local, homogeneizando (e engessando) seus comportamentos?

Em síntese, esta pesquisa propõe um repensar sobre a participação de jovens em uma proposta que permite articulações entre o lazer, o turismo e a animação cultural, onde mais alguns questionamentos podem ser considerados, os quais pretendemos desenvolver durante a pesquisa: - Como e por que a proposta do PTJC foi concebida e planejada? Quais os objetivos, conteúdos, metodologias? Ela comporta modificações no bojo do processo? - Como os profissionais que trabalham no PTJC são qualificados? Como fica a questão da formação destes profissionais? - Quais os critérios utilizados na seleção dos jovens participantes? - Como os jovens elaboram e representam mentalmente as experiências proporcionadas pelo PTJC? O que os jovens buscam no PTJC? Quais são suas expectativas em relação ao projeto? Elas são satisfeitas durante e depois do projeto?

Por essa razão, o estudo tem como discussão central as estratégias de mediação que integram o PTJC, tendo em vista compreender como elas são apropriadas e ressignificadas tanto pelos profissionais do SESC envolvidos com o projeto, como pelos jovens que dele participam.

Referências Bibliográficas

- ABITIA, S. R. **Panorama do turismo social no mundo**. In: CARVALHO, C. L. de; BARBOSA, L. G. M. (orgs.) **Discussões e propostas para o turismo no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006. p.146-155.
- ALVES JUNIOR, E. de D.; MELO, V.A. **Introdução ao lazer**. Barueri, SP: Manole, 2003.
- CAMARGO, L. O. **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- _____. Sociologia do Lazer. In: ANSARAH, M. G. dos R. (org.) **Turismo: como aprender, como ensinar**. Vol. 2. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. p.235-275.
- _____. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995.
- CARIDE, J. A. G., Paradigmas teóricos en la animación sociocultural. In: TRILLA, J. (coord.). **Animación sociocultural: teorías, programas y ámbitos**. Barcelona: Ariel, 1997. p.40-60.
- CARIOQUINHA. *Carioquinha*. Disponível em : <<http://www.carioquinha.com.br/2007/apresentacao.asp>>. Acesso em: 2 ago. 2007.
- CARRANO, P.; DAYRELL, J.; BRENNER, A.K. Culturas do lazer e do tempo livre dos jovens brasileiros. In: ABRAMO, H.W.; BRANCO, P.P.M. (orgs.) **Retratos da juventude brasileira**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo: 2004, v. 1, p. 175-214.
- CRUZ, R. de C. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, C. M. (org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. Barueri/SP: Ed. Manole, 2002. p.39-56.
- DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- FALCÃO, C. H. P. Turismo social: em busca de maior inclusão da sociedade. In: CARVALHO, C. L. de; BARBOSA, L. G. M. (orgs.) **Discussões e propostas para o turismo no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006. p.127-145.
- FRATUCCI, A. C. Turismo contemporâneo e capital: reflexões sobre suas relações dialéticas e dialógicas. In: IV Seminário da ANPTUR. *Pesquisa em Turismo e Hospitalidade: Configuração do Campo Científico*. São Paulo: Aleph, 2007. Cd-rom.
- GASTAL, S.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.
- GOMES, A. M. R.; FARIA, E. L. **Lazer e Diversidade cultural**. Brasília: SESI/DN, 2005.
- GOMES, C. L. Lazer – concepções. In: _____. (org.) **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- LOPES, M. de S. A animação sociocultural em Portugal. **Animador sociocultural**: revista iberoamericana, Salamanca, v.1, n.1, out-fev.2007.
- MAGNANI, J.G.C . Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole. In: MAGNANI, J. G. C.; TORRES, L. L. (orgs.). **Na Metrópole: Textos de Antropologia Urbana** . São Paulo: EDUSP, 1996. p.41-56.
- MARCELLINO, N. C. **Estudos do lazer**. Campinas, SP: Autores Associados, 2002.
- _____. **Lazer e educação**. Campinas, SP: Papyrus, 1987.
- MELO, V. A. de. **Lazer e minorias sociais**. São Paulo: IBRASA, 2003.
- _____. Animação cultural. In: GOMES, C. L. (org.) **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 12-15.
- _____. **A animação cultural: conceitos e propostas**. Campinas: Papyrus, 2006.

- _____. Animación (socio)-cultural: un punto de vista desde Brasil. In: VENTOSA, V. P. (coord.). **Perspectivas actuales de la animación sociocultural**. Madrid: Editorial CCS, 2006. p.73-87.
- MICT/EMBRATUR. **Anuário Estatístico**, 24ª e., v.24, 1997ª
- ORTUNÑO, M. **Introducción al estudio del turismo**. S.A., México: Textos Universitarios, 1976.
- RAMALHO FILHO, R.; SARMENTO, M.E.C. **Turismo, lugar e identidade**. Revista Licere. Belo Horizonte, n.1, v.7, 2004, p.35-46.
- VENTOSA, V. P. La animación sociocultural em España: una perspectiva local. **Animador sociocultural**: revista iberoamericana, Salamanca, v.1, n.1, out-fev.2007.
- WAINBERG, J. Cidades como *sites* de excitação turística. In: CASTROGIOVANNI, A. C.; GASTAL, S. (orgs.). **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2001.