

# O PAPEL DO TURISMO SOCIAL NOS ESTUDOS SUPERIORES EM TURISMO

Joana Lima<sup>1</sup>

*In: Marujo, N.; Borges, M.R. & Serra, J. (Eds) Licenciatura em Turismo na Universidade de Évora - 20 anos de ensino e investigação, pp.75-84. RVJEditores. ISBN 978-989-35216-4-9.*

[PRE-PRINT VERSION]

## 1 - Introdução

O ensino superior na área do Turismo representa, por si só, um desafio assinalável, na medida em que se abordam conteúdos extremamente evolutivos, refletindo a natureza dinâmica do sector. Introduzir nos planos de estudos unidades curriculares que abordem temáticas inovadoras e realmente diferenciadoras é, cada vez mais, essencial para os cursos superiores de Turismo se manterem competitivos, atrativos e gerarem real valor na formação dos alunos, futuros profissionais do sector. Essa tem sido a aposta da Universidade de Évora (UE) no ensino do Turismo, aposta que se concretizou através da criação de unidades curriculares de diferentes áreas emergentes, como, por exemplo, o Turismo Social.

Há mais de 10 anos, Bélanger e Jolin (2011) referiram que “o sector do turismo social está no centro de uma visão humanista do turismo” e, atualmente, atravessamos um momento em que se discute a sustentabilidade social do turismo como real esperança num futuro melhor, um futuro feito para as pessoas, onde o turismo se pode tornar um bom exemplo e um motor de mudança. Por este motivo, não é surpreendente que o Turismo Social comece a ter um pouco mais de visibilidade e atenção.

Apesar do reconhecimento destes efeitos do Turismo Social e de o Turismo ser encarado como uma dimensão da vida atual nas sociedades desenvolvidas, o turismo está longe de ser acessível a todos os indivíduos. Concretamente o baixo nível de rendimento, constitui um tipo de constrangimento real à participação turística. Em 2021, em Portugal, a taxa de privação material e social situou-se nos 13,5%, existindo 36,6% de famílias financeiramente incapazes de suportar uma semana de férias anual fora de casa (INE, 2023).

A existência destes indicadores motiva a preocupação com a necessidade de se formarem recursos humanos sensibilizados e capazes de pensar estratégias que incluam cada vez mais segmentos desfavorecidos da população na atividade turística, numa perspetiva de inovação social e da responsabilidade social do sector. Esta inclusão de todos segmentos populacionais na atividade turística é o conceito basilar do Turismo Social.

Assim, quando falamos de Turismo Social, pensamos em como “fazer negócio” no sector do turismo de forma a beneficiar e proteger as pessoas e a sociedade. Os efeitos mais reconhecidos do Turismo Social para os participantes são os efeitos em termos de bem-estar e melhoria da qualidade de vida, enfatizando-se benefícios também no âmbito da

---

<sup>1</sup> Professora Auxiliar do Departamento de Sociologia da ECS - Universidade de Évora / Investigadora do CIDEHUS. Email: [jisl@uevora.pt](mailto:jisl@uevora.pt)

aprendizagem e de comportamento social. Estes efeitos parecem indicar que o incentivo ao turismo para grupos desfavorecidos pode facilitar a inclusão social, a solidariedade e a coesão, levando à quebra dos ciclos associados à pobreza e exclusão social, contribuindo de forma potencialmente interessante para a concretização de objetivos de sustentabilidade social.

Neste contexto, o presente capítulo pretende apresentar, de forma sumária, a evolução do conceito de Turismo Social, refletir sobre desafios atuais que se colocam a esse tipo de turismo e discutir a pertinência de existir uma unidade curricular optativa com esta designação no plano de estudos da Licenciatura em Turismo da UÉ.

## **2 – Turismo Social: do conceito aos desafios atuais**

Do ponto de vista académico, Minnaert *et al.* (2009) identificam Hunziker (1951) como o primeiro autor a definir Turismo Social. Este autor define Turismo Social como um conjunto de relações e fenómenos na área do turismo, resultantes da participação em viagens por parte de grupos sociais desfavorecidos (Minnaert *et al.*, 2009). Desde essa primeira definição de Turismo Social, outras definições conceptuais e técnicas emergiram.

Em termos conceptuais, a definição de Hunziker (1951) tem sido a mais citada e base das restantes que têm emergido na literatura científica. Posteriormente, as definições apresentadas na Declaração de Montreal (1996) e a Adenda Aubagne (2006), propostas pelo BITS, mostraram evoluções, incluindo para além da preocupação com a inclusão dos estratos populacionais de baixos rendimentos, preocupações com a sustentabilidade da atividade turística (Minnaert, 2020). Com a Declaração de Montreal, o conceito de turismo social passou a integrar a consideração por questões relacionadas com a sustentabilidade ambiental e, com a Adenda, acrescentou-se a dimensão social (Minnaert, 2020). Mais recentemente, na literatura, Diekmann e McCabe (2020) assumiram claramente que o Turismo Social é o oposto do turismo comercial, devido à sua motivação explicitamente social, destacando a atenção maior que este tipo de turismo tem recebido por parte da academia e dos agentes políticos.

De entre as diferentes definições, merecem referência as definições de duas instituições internacionais que assumiram um papel fundamental no desenvolvimento do turismo social a nível internacional – o *Bureau Internationale du Tourisme Sociale* (BITS), atualmente ISTO (International Social Tourism Organization), e o Comité Económico e Social Europeu (CESE).

O BITS (2009) considerou que o turismo social inclui todas as relações e fenómenos que resultam da participação na atividade turística dos estratos sociais menos favorecidos, participação, essa, apenas possível devido a medidas de carácter social. Esta organização foi revendo a sua definição de turismo social e existe hoje um grupo de trabalho focado em propor uma Adenda de Bruxelas, à Declaração de Montreal, que incorpore de forma efetiva o conceito de sustentabilidade social no turismo e fique associado ao turismo social (ISTO, 2023). Por sua vez, o CESE (2006) declarou que uma atividade constitui turismo social quando são verificadas as seguintes condições: (i) os seus participantes não poderiam exercer, de forma alguma, o seu direito ao turismo; (ii) alguma entidade decide agir no sentido de reduzir os obstáculos que impedem um indivíduo de exercer o seu

direito a praticar turismo; e (iii) essa ação ajuda efetivamente um grupo de pessoas a participar na atividade turística, com respeito pelos valores da sustentabilidade, acessibilidade e solidariedade.

Atualmente, também na Argentina se verificaram importantes avanços na operacionalização do conceito, com a criação do Observatório do Turismo Social, que define Turismo Social como “um tipo de turismo que se configura com base num sistema público, privado ou misto, que, com objetivos de inclusão e solidariedade, facilita o desenvolvimento de práticas turísticas e recreativas em sectores da população que, devido a diferentes obstáculos de acesso, se encontram excluídos ou limitados no seu usufruto.” (OTS, 2022, p.8), e apresenta um conjunto de indicadores concretos para monitorização do Turismo Social.

Apesar de não existir uma definição universalmente aceite do conceito de Turismo Social, a maioria dos agentes envolvidos neste tipo de turismo reconhece que o mesmo implica o desenvolvimento de programas e de atividades que contribuem para que todos os grupos populacionais, particularmente jovens, famílias com baixos rendimentos, idosos e pessoas com deficiência, pratiquem atividades turísticas (Comissão Europeia, 2010). Resumindo, as diversas definições apontam para que o turismo social seja o tipo de turismo que integra as iniciativas que visam incluir na experiência turística grupos populacionais que de outro modo seriam dela excluídos (Lima & Eusébio, 2021).

Partindo destas definições, observa-se facilmente que o Turismo Social traz consigo o desafio de pensar os negócios no sector do turismo beneficiando e protegendo as pessoas e a sociedade, sendo, nesse sentido, um tipo de turismo que tem uma forte base de sustentabilidade social.

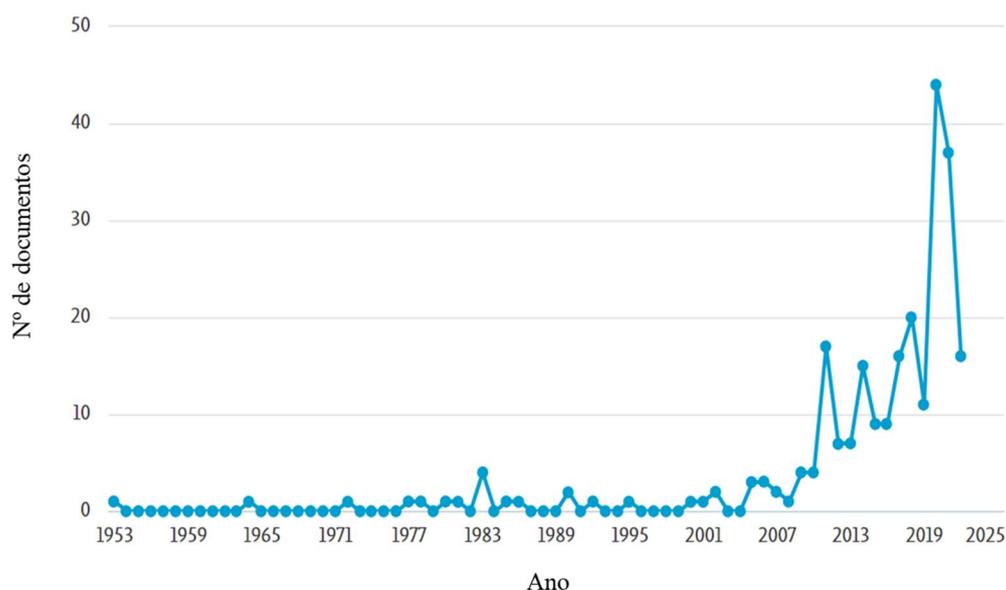
Por sua vez, a sustentabilidade social é um conceito que reflete a preocupação em manter um bom nível de bem-estar social, integrando conceitos como inclusão, justiça, oportunidade, capacitação individual, tentando satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a satisfação das necessidades sociais das gerações futuras (ver, por exemplo, McKenzie, 2004, Stren & Polese, 2000 ou Davidson, 2010). No fundo, é um conceito que implica reconhecer que todos dependemos e temos impacto uns nos outros.

Lima e Eusébio (2021a) mostram que a investigação existente sobre o turismo social, fornece uma base sólida para a conceção de programas mais eficazes e para o desenvolvimento de novas investigações, mas existe efetivamente uma janela de oportunidade para um avanço significativo do conhecimento sobre este tema. Investigação, tanto conceptual como empírica, parece ser ainda necessária como ponto de partida para a conceção de estratégias eficazes de promoção do acesso ao turismo e da sustentabilidade social. A investigação é de grande importância na consolidação deste tipo de turismo, porque permite estudar uma variedade de perspetivas sobre o turismo social em todo o mundo, compará-las e refletir sobre as abordagens que podem ser adotadas, apontando direções para o futuro do turismo social.

Para iniciar a reflexão sobre a investigação existente em matéria de Turismo Social, podemos partir da análise da literatura científica indexada numa das bases de dados de investigação especializada mais renomeadas - *Scopus* - dando ênfase aos estudos empíricos, por ser o tipo de investigação com mais impacte direto potencial para o sector.

Constata-se que este é um tema que só nos últimos anos tem recebido mais atenção por parte dos investigadores (desde 2011) (Figura 1). No entanto, através da leitura dos resumos dos documentos publicados, observou-se que, até há 3 anos atrás, apenas cerca de 60% desta investigação se centrava efetivamente no conceito de Turismo Social, entendido na perspetiva apresentada neste capítulo.

Figura 1 – Evolução do número de documentos publicados indexados na Scopus (palavra-chave: “social tourism”; período temporal: desde)



Fonte: Scopus (2022)

Analisando para além da evolução numérica das publicações, observa-se que Portugal é o segundo país com mais investigação publicada sobre Turismo Social, sendo o Reino Unido o primeiro. Outra conclusão desta análise, é que tem sido dado muito enfoque ao lado da procura e que a principal questão de investigação tem sido relacionada com o motivo pelo qual o Turismo Social é importante, estudando os programas existentes e os seus benefícios para os participantes. Entende-se que este enfoque exista, porque o Turismo Social depende de financiamento que não vem dos participantes e, por isso, tem de provar que merece o financiamento obtido. Acresce que, a dimensão mais imediata da sustentabilidade social, relacionada com o Turismo Social, tem a ver com os seus efeitos no futuro dos participantes nos programas de Turismo Social - estes benefícios são amplamente demonstrados pela investigação existente.

No entanto, há ainda muito trabalho a fazer para compreender melhor a complexidade destes efeitos e para maximizar a aplicação prática deste conhecimento a programas reais de Turismo Social. No que respeita à investigação existente sobre Turismo Social, verifica-se uma falta de estudos que analisem em profundidade os benefícios que os destinos e as empresas turísticas podem obter.

São teoricamente reconhecidos vários benefícios do Turismo Social para as áreas de destino, tais como o retorno de receitas para os governos, a manutenção do emprego e a atenuação dos efeitos da sazonalidade. No entanto, faltam provas diretas que associem os programas de Turismo Social a estes resultados e, por exemplo, um número muito limitado de estudos analisou os impactos económicos das iniciativas de Turismo Social.

Portugal parece ser um raro e bom exemplo a este respeito, porque a INATEL realizou, em parceria com universidades portuguesas, pelo menos dois estudos para medir os impactos sociais e económicos dos seus programas de Turismo Social para idosos. Estes estudos concluíram que os programas tinham impactos sociais e económicos significativos em Portugal e tem sido também um argumento reconhecido pelo governo para o financiamento público que os programas têm recebido. No entanto, a investigação neste domínio implica um maior investimento por parte dos diferentes agentes da sociedade.

As universidades, produzindo investigação, por si só, não podem fazer uma diferença real e rápida. Uma forma de acelerar a produção desses efeitos rapidamente, e de que as universidades dispõem, é através da transferência do conhecimento gerado pela investigação para a formação dos seus estudantes, futuros atores e decisores do sector. A Licenciatura em Turismo da UÉ apostou nessa estratégia também no que concerne à temática do Turismo Social. Especificamente, a Licenciatura em Turismo da UÉ inovou, mesmo a nível internacional, e pode ter excelentes condições para melhorar a comunicação Universidade-Agentes do sector, através dos estudantes que têm, desde 2021, uma unidade curricular completa, optativa, dedicada ao Turismo Social, 2 horas por semana, durante um semestre. A intenção desta UC é exatamente chamar a atenção dos alunos para este tema, para que, quando se tornarem futuros profissionais e líderes do sector, possam fazer a diferença. Ao conhecerem a dinâmica do Turismo Social, e a investigação que é feita nas Universidades sobre esta área, estarão mais preparados para enfrentar os desafios do sector e trazer soluções inovadoras quando começarem a trabalhar. Acreditamos que outras universidades começarão a fazer o mesmo em breve e a investigação terá impacto no sector também neste formato.

Os efeitos de situações pandémicas, de guerras e da crise socioeconómica que parece estar a surgir, serão dos principais desafios que o Turismo Social continuará a enfrentar no futuro próximo. O desafio é real porque, por um lado, o orçamento de Estado disponível para estes programas tenderá a diminuir, devido aos constrangimentos financeiros que os governos irão atravessar; por outro lado, o número de pessoas que necessitam de apoio (sobretudo financeiro) para participar no turismo tenderá a aumentar. Um dos principais desafios para o desenvolvimento do Turismo Social é identificar a forma de se tornar menos dependente do financiamento estatal, sem esquecer a responsabilidade que o Estado Social deve sempre assumir nesta área. Por conseguinte, a investigação (e transferência do conhecimento para a formação dos futuros profissionais do sector) sobre modelos empresariais inovadores, que envolvam mais o sector privado, mantendo parceiros públicos, entidades com e sem fins lucrativos, para colaborarem entre si, é um exemplo da necessidade de investigação em Turismo Social.

Porém, os participantes e os destinos como um todo não são os únicos envolvidos nas Turismo Social. Recentemente, Jafari (2022) referiu, diretamente aos estudantes de Turismo da UÉ, que “um destino bem estabelecido é aquele que muda o turismo e os turistas, e não o contrário!”. Para tal, os destinos têm de ter em conta a mentalidade dos

turistas, sim, mas também a mentalidade dos residentes, dos investidores e dos trabalhadores do turismo quando planeiam o desenvolvimento do turismo ou a conceção dos produtos turísticos.

Por conseguinte, há muito a saber e a investigar sobre os impactos para os participantes e para a sociedade, mas também sobre o papel e as necessidades dos residentes e dos trabalhadores do turismo no Turismo Social. Se o Turismo Social tem a ver com a forma de fazer negócios turísticos que beneficiem e protejam as pessoas e a sociedade, nunca pode esquecer as comunidades dos destinos e os trabalhadores de quem os programas dependem.

Além disso, a investigação realizada sobre Turismo Social, principalmente por académicos, deve ser utilizada para monitorizar as políticas e os programas existentes, bem como para desenvolver novas políticas e novas iniciativas. A capacidade de abstração que o meio académico tem, por vezes criticada, se excessiva, permite pensar em ligações entre conceitos e em perspetivas mais “fora da caixa” sobre a realidade de uma sociedade. O sucesso do Turismo Social como estratégia de inclusão social dependerá da capacidade de desenvolver mecanismos de política social para tirar partido destes efeitos, maximizando os retornos dessas políticas para a sociedade (Lima & Eusébio, 2021b; Minnaert *et al.*, 2009; McCabe *et al.*, 2010).

### **3 - Considerações Finais**

Os problemas sociais atuais exigem que se desenvolvam mecanismos para inovação social, que podem passar pela dinamização de iniciativas sociais que promovam a participação das pessoas na sociedade, como o turismo. Este tipo de medidas poderá encontrar na dinamização de programas de turismo social um instrumento eficaz para alcançar esses objetivos, na medida em que a participação nestes programas pode alterar comportamentos de exclusão social. Vários autores (como, por exemplo, Sousa *et al.*, 2007 e Minnaert *et al.*, 2009) salientam a relevância de utilizar políticas sociais que atuem sobre as causas da exclusão social, promovendo comportamentos que contribuam para a inclusão de grupos desfavorecidos. No entanto, existem, ainda, poucos programas de turismo social apoiados pelo Estado, eventualmente em consequência da falta de evidência empírica que comprove que a integração de programas de turismo social nas políticas sociais poderá contribuir para o aumento da eficiência das políticas sociais (Hazel, 2005) e, até, para uma eventual poupança da sociedade em termos de subsídios (Sousa *et al.*, 2007; Minnaert *et al.*, 2009).

A OMT dedicou o Dia Mundial do Turismo do ano passado, a repensar o turismo e a pensar como o sector poderia ser mais resiliente, sustentável e inclusivo, tendo em conta os enormes desafios que enfrentamos (pandemias, mercado de trabalho, aumento das desigualdades e tensões geopolíticas). Nesses desafios, podemos ver um enorme potencial para a academia (especialmente através da investigação) e os agentes do turismo (públicos e privados) colaborarem entre si para encontrar um melhor caminho para o sector no futuro. A investigação é a forma mais eficaz de repensar a forma como fazemos turismo. De facto, os académicos reconhecem que as pandemias sublinharam a necessidade de realizar “investigação orientada para o impacto que se estende aos domínios sociais, políticos e económicos, utilizando abordagens interdisciplinares” (Chloe & Lugosi, 2022).

Em Portugal temos condições para liderar a investigação e prática na área do Turismo Social, particularmente porque algumas Universidades Portuguesas, entre as quais a UÉ, já possuem capital intelectual reconhecido internacionalmente nesta matéria, com vários projetos, artigos científicos, livros e teses centrados na análise dos benefícios do Turismo Social para os 4 segmentos.

A transferência do conhecimento gerado nas universidades para o sector deve ocorrer, pelo menos, de três formas: através da produção de conhecimentos conceptuais (que enquadram e delimitam os fenómenos); da formação dos recursos humanos necessários para o sector; e de ideias inovadoras para criar novas empresas ou promover a mudança nas empresas e demais instituições. Esta relação, aparentemente simples, não funciona de forma tão simplista, porque as universidades, por definição, desejam contribuir, em primeiro lugar, para o avanço da teoria/conhecimento, e o sector é, normalmente, muito limitado pela necessidade da rentabilidade. Existe, habitualmente, uma falha de comunicação.

O sector do Turismo Social, no entanto, inclui empresas do terceiro sector (ESS - Economia Social e Solidária) e entidades do sector público, não orientadas em primeiro lugar pela rentabilidade. As universidades públicas são normalmente o agente da sociedade que realiza investigação numa perspectiva não lucrativa. Sendo a maioria dos promotores de programas de Turismo Social, associações ou fundações com recursos escassos, o meio académico, principalmente as universidades públicas, parece ser o parceiro perfeito para realizar investigação aplicada, cujos resultados serão transferidos para a formação dos alunos. Esta formação permitirá, pelo menos, uma maior sensibilização dos futuros profissionais do sector do Turismo para esta temática mais marginalizada, mas cada vez mais necessária equacionar.

Desta forma, a Licenciatura em Turismo da UÉ apostou na formação em Turismo Social por acreditar também que esta parece ser uma área com algum privilégio para mostrar como a investigação conduzida pelo meio académico (por iniciativa própria ou de profissionais) pode efetivamente constituir uma ponte para ultrapassar o fosso de comunicação entre investigadores e profissionais e gerar real valor para o sector.

### **Referências Bibliográficas**

Bélangier, C. & Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 475-482.

Choe, J. & Lugosi, P. (2022). Migration, tourism and social sustainability. *Tourism Geographies*, 24(1), 1-8.

Comissão Europeia - EC (2010). *Calypso Study - Final Report of the study "Tourism exchanges in Europe, enhancing employment, extending the seasonality spread, strengthening European citizenship and improving regional/local economies through the development of Social Tourism"*. Brussels: European Commission, DG Enterprise and Industry.

Comité Económico e Social Europeu [CESE] (2006). *Opinion of the European Economic and Social committee on Social Tourism in Europe*. Brussels: EESC.

- Davidson, M. (2010). Social Sustainability and the City. *Geography Compass*, 4, 872-880.
- Diekmann, A. & McCabe, S. (2020). Introduction to the Handbook of Social Tourism, In Diekmann, A. & McCabe, S. (Eds), *Handbook of Social Tourism*, pp.1-11. Edward Elgar Publishing. ISBN: 978 1 78811 242 0.
- Hazel, N. (2005). Holidays for Children and Families in Need: An Exploration of the Research and Policy Context for Social Tourism in the UK. *Children & Society*, 19, 225-236.
- INE (2023). *As Pessoas - 2021*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- International Bureau of Social Tourism [BITS] (2009). *Concepts and definitions*. Acedido em junho de 2009, Disponível em: <http://www.bits-int.org/en/index.php>
- ISTO (2023). *Call for inputs - To the Members of the Alliance on Training and Research on the social sustainability in Tourism*. Internal communication of ISTO to its members.
- Jafari, J. (2022). Hospitality and Tourism: changed or the same? Comunicação apresentada na Universidade de Évora, 20 setembro.
- Lima, J. & Eusébio, C. (2021a) (Eds). *Social Tourism: Global Challenges and Approaches*. UK: CABI.
- Lima, J. & Eusébio, C. (2021b). *Social Tourism for Low-Income Families: Challenges and Practical Implications in Pursuing Social Innovation*, In J. Lima & C. Eusébio (Eds) *Social Tourism: Global Challenges and Approaches*, pp. 140-157. UK: CABI.
- McCabe, S., Joldersma, T., e Li, C. X. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 761-773.
- McKenzie, S. (2004). *Social sustainability: towards some definitions*. Hawke Research Institute, Working Paper Series No. 27, University of South Australia, Australia.
- Minnaert, L. (2020). Social tourism in evolution, open to its socio-political environment, In Diekmann, A. & McCabe, S. (Eds), *Handbook of Social Tourism*, pp.13 -22. Edward Elgar Publishing. ISBN: 978 1 78811 242 0.
- Minnaert, L., Maitland, R., e Miller, G. (2009) Tourism and social policy – The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316-334.
- Observatorio de Turismo Social – OTS (2022). *Turismo Social - Manual para la Implementación de Indicadores*. MTDA – Ministerio de Turismo y Deportes Argentina.
- Sousa, L., Hespanha, P., Rodrigues, S., & Grilo, P. (2007). *Famílias Pobres: Desafios à Intervenção*. Lisboa: Climepsi Editores.
- Stren, R. & Polese, M. (2000). Understanding the new sociocultural dynamics of cities: comparative urban policy in a global context. In: M. Polese and R. Stren (eds) *The social sustainability of cities: diversity and the management of change*. Toronto: University of Toronto Press, pp. 3–38.