

EL OCIO Y EL TURISMO EN LOS ARTÍCULOS PUBLICADOS EN REVISTAS ACADÉMICAS DE TURISMO

Juliana Azevedo Schirm Faria^{*}
Christianne L. Gomes^{**}
Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte - Brasil

Resumen: Este trabajo es parte de una investigación más amplia y tiene como objetivo analizar el posicionamiento teórico-conceptual de los autores en relación al turismo y el ocio en los artículos publicados entre 2006 y 2010 en cinco revistas de turismo: (a) *Annals of Tourism Research*, (b) *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (c) *Pasos*, (d) *Turismo em Análise* y (e) *Turismo: Visão e Ação*. La metodología contempló un estudio bibliográfico-documental y un análisis de contenido de los 21 artículos que presentaban los términos ocio/lazer/leisure y/o recreación/recreação/recreation en el título y/o en las palabras clave. Los resultados muestran que la mayoría de los autores explicita su comprensión sobre turismo y ocio. Ésta supera las diversas dimensiones que los constituyen, destacando la naturaleza multidisciplinaria de esos objetos de estudio. No obstante, algunas definiciones son consideradas insuficientes para explicar la complejidad de esos fenómenos. Buscando consolidar el turismo y el ocio como campos de investigación científica, resulta necesaria la concentración de esfuerzos en la obtención y divulgación de resultados de investigación relevantes para la construcción del conocimiento en el área. Se puede afirmar que esto será posible a través de una formación académica en perspectiva continuada, de naturaleza interdisciplinaria y con formación de asociaciones entre investigadores de diferentes áreas, abriendo nuevas posibilidades para profundizar los estudios sobre turismo y ocio.

PALABRAS CLAVE: ocio, turismo, artículo científico.

Abstract: *Understandings of Leisure and Tourism in Articles Published in Tourism Journals. This paper is part of a wider research and its objective is to analyze the theoretical and conceptual positioning of the authors about tourism and leisure, in articles published during the period 2006-2010 in five tourism journals: (a) Annals of Tourism Research, (b) Estudios y Perspectivas en Turismo, (c) Pasos, (d) Turismo em Análise, and (e) Turismo: Visão e Ação. The methodology was based on bibliographic and documental sources and content analysis of 21 articles that presented the words lazer/ocio/leisure and/or recreação/recreación/recreation at its title and/or key words. The results showed that, in general, most of the authors clearly set out their understandings about tourism and leisure. They showed several understandings, highlighting the multidisciplinary nature of these objects of study. However, some of their understandings were considered insufficient to explain the complexity of these phenomena. In order to consolidate tourism and leisure as scientific fields of research it is*

^{*} Master en Ocio y Bachiller en Turismo por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, Brasil. Actualmente se desempeña como investigadora becaria de CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) y es miembro del Grupo de Investigación *Otium: Lazer (Ocio)*, Brasil & América Latina (UFMG/CNPq). E-mail: julianaschirm@yahoo.com.br

^{**} Doctora en Educación por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), Minas Gerais, Brasil; y Posdoctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina. Docente de la UFMG y Líder del Grupo de Investigación *Otium: Lazer (Ocio)*, Brasil & América Latina (UFMG/CNPq). Es investigadora del CNPq y FAPEMIG (PPM). E-mail: chris@ufmg.br

necessary to concentrate efforts in conducting and disseminating relevant research to the construction of knowledge in the area. That will be possible through an academic training on continuous perspective, interdisciplinary and the development of partnerships between researchers of different areas of study, opening new possibilities for further studies on leisure and tourism.

KEY WORDS: *leisure, tourism, scientific article.*

INTRODUCCIÓN

Los debates sobre el ocio se han extendido en los últimos años y repercuten tanto en el ámbito académico como en el mercado de trabajo presentando oportunidades de intervención a los profesionales de distintas áreas como educación física y turismo (Werneck, Stoppa & Isayama, 2001). Paralelamente al crecimiento del interés y las iniciativas relacionados al ocio es necesaria la calificación de la producción de conocimientos sobre el tema, promoviendo un avance cualitativo en el área, con el objetivo de ayudar en la proposición de caminos consistentes para la formación académica en ese campo.

Diversas áreas se han dedicado a los estudios del ocio, entre ellas el turismo. A pesar de la reconocida importancia de los estudios provenientes del campo del ocio para comprender el turismo como un fenómeno social, cultural y espacial (Gomes et al., 2008), algunos estudios (Bernardino & Isayama, 2006; Isayama, Araújo & Silva, 2008; Gomes et al., 2008) establecen que en los ámbitos de grado y posgrado en turismo en Brasil, las relaciones entre ocio y turismo se debatían poco y a veces se interpretaban en forma parcial y restringida, apuntando hacia un énfasis utilitario del ocio.

En un estudio anterior (Faria, 2009) se analizaron seis artículos publicados en revistas científicas brasileñas de turismo y se verificó que este hecho se refleja en algunas de las producciones que abordan el ocio, sea directa o indirectamente. El estudio buscó comprender la relación entre turismo y ocio en el ámbito de la producción científica difundida en las revistas brasileñas del área, calificadas por el *Qualis*, un índice bibliométrico online de la CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). La finalidad del sistema *Qualis* es evaluar la calidad de una publicación científica (Campos, 2003). En general, se observó que los autores no explicitaban sus definiciones sobre ocio y turismo, superponiendo un área sobre otra. La relación entre los dos fenómenos fueron percibidas en las tres categorías de análisis propuestas: *tiempo*, *espacio* y principalmente *motivación*, con predominancia de abordajes que remitían a los aspectos económico-mercadológicos y utilitarios del ocio y el turismo. Estos abordajes fueron considerados limitados y descontextualizados desde el punto de vista histórico y sociocultural.

Teniendo en cuenta la necesidad de ampliar y actualizar ese análisis, el presente artículo fue elaborado como parte de una investigación más amplia (Faria, 2012) que fue desarrollada en la Maestría en Ocio (Mestrado em Lazer) de la Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG, Brasil).

La referida investigación enfocó los artículos que contemplan aspectos referentes al ocio, publicados en revistas nacionales e internacionales de turismo en el período 2006-2010, buscando comprender el contenido así como algunas de las condiciones de producción y difusión (continente) de los artículos seleccionados para la investigación a través del análisis de contenido (Bardin, 2009). Así, el objetivo del presente artículo es analizar el posicionamiento teórico-conceptual de los autores sobre el ocio y el turismo, buscando comprender cómo son tratados los vínculos entre esas dos temáticas en el contexto investigado.

METODOLOGÍA

Esta investigación combinó los abordajes cuantitativo y cualitativo (Silverman, 2009) en diferentes etapas del estudio. Los conocimientos fueron sistematizados a través de la investigación bibliográfica realizada durante todo el proceso de investigación e incluyó libros, tesis, disertaciones y artículos, procurando abarcar las temáticas centrales: ocio y turismo. Con este relevamiento se buscó establecer un diálogo entre las diferentes ideas sobre el ocio y el turismo encontradas en la producción científica, verificando el posicionamiento teórico-conceptual de los autores de los artículos seleccionados para esta investigación.

La fuente de datos estuvo conformada por revistas científicas nacionales e internacionales del área del turismo a través de dos etapas principales: relevamiento de revistas indexadas en portales nacionales e internacionales de publicaciones científicas y mapeo de estudios de evaluación y *ranking* de revistas científicas de turismo, publicados en los últimos diez años en los principales medios de comunicación científica del área. Se consideraron las publicaciones clasificadas en los cinco estratos superiores (A1, A2, B1, B2 y B3) del programa *Qualis/CAPES* (2007-2009), catalogadas en el Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (*Latindex*) y en el Catálogo Colectivo Nacional (CCN) del Instituto Brasileño de Información en Ciencia y Tecnología (IBICT).

Cada uno de esos bancos de datos o indexadores tienen características y finalidades propias, ofreciendo reglas particulares como pre-requisitos de calidad para adoptar una revista científica en su base de datos. Aunque los criterios de clasificación puedan ser cuestionados y carezcan de reflexiones más consistentes, cabe resaltar que más allá de las fallas de todo proceso de evaluación y clasificación, los indicadores (directos e indirectos) son definidos y validados por la propia comunidad científica y aceptados y utilizados por los organismos de fomento a la investigación y por las bases de datos. Así, a través del cruzamiento de información de diferentes bases se intentó seleccionar una muestra diversificada de revistas que fueran relevantes para el área y para el presente estudio. A través del cruzamiento de registros encontrados en esas tres bases de datos se llegó a las siguientes revistas: *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *Turismo em Análise* y *Turismo: Visão e Ação*.

Paralelamente se hizo una revisión bibliográfica sobre el tema evaluación y *ranking* de revistas científicas de turismo editadas entre 2000 y 2010. Este período fue definido teniendo en cuenta que, según McKercher, Law & Lam (2006), el *ranking* de revistas es dinámico y puede sufrir cambios significativos durante un espacio de tiempo de cinco a diez años. A través del estudio de las principales revistas científicas del área de turismo y a través del listado de referencias bibliográficas de los artículos que trataban el tema, se localizaron ocho artículos cuyos autores evalúan y clasifican jerárquicamente las revistas especializadas en turismo y/o hospitalidad, brasileñas e internacionales.

Para esta investigación se consideraron sólo las revistas específicas del área de turismo. Hecha esta evaluación de revistas nacionales e internacionales se incluyeron otras dos revistas, considerando su presencia en los estudios de evaluación y *ranking* de las revistas identificadas en este estudio. De ese modo, se llegó a la siguiente lista de revistas seleccionadas para el análisis: *Annals of Tourism Research*, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *Turismo em Análise* y *Turismo: Visão e Ação*.

Para seleccionar los textos de interés para el análisis se consideraron los artículos científicos completos que contuvieran en el título y/o en las palabras clave los términos “lazer” y/o “recreação”, comprendidos muchas veces como sinónimos en algunos estudios (Faria, 2009), y términos relacionados en lengua inglesa (*leisure* y/o *recreation*) y española (*ocio* y/o *recreación*).

Para alcanzar el objetivo propuesto se optó por el método de análisis de contenido (Bardin, 2009), adoptando el modelo abierto de definición de las categorías analíticas (Laville & Dionne, 1999). Se definieron dos categorías básicas de análisis que condujeron a las aproximaciones iniciales de las investigadoras al material analizado: (a) posicionamiento teórico-conceptual de los autores respecto del ocio y el turismo (conceptos, visiones y valores asociados al ocio y el turismo divulgados por los estudios) y (b) forma con que los autores vinculan las temáticas turismo y ocio, como se trata a continuación.

SELECCIÓN Y ANÁLISIS DE ARTÍCULOS: DEBATE DE LOS RESULTADOS

Del total de 740 artículos publicados en las cinco revistas entre 2006 y 2010, 21 estaban relacionados con la temática del ocio, número que representa el 2,8% del total de artículos. En el Cuadro 1 se puede ver la distribución de los trabajos en cada revista en el período considerado para investigar. En este contexto se observa que el ocio es una temática reciente en algunas de esas revistas y poco explorada por los investigadores en el ámbito de los artículos publicados en las revistas de turismo. Este hallazgo coincide con los resultados de Ballantyne, Packer & Axelsen (2009), que indican tendencias en la investigación en turismo a partir del análisis de artículos publicados en el período de 1994 a 2004, en 12 de las principales revistas del área identificadas por Mckercher, Law & Lam (2006). Ballantyne, Packer & Axelsen (2009) establecen que el volumen de

artículos cuyo tema fue *Deporte y Ocio* tuvo una pequeña representatividad en comparación con otros tópicos como *Estudios del Turista/Visitante*, *Destinos* y *Planificación Turística*.

Cuadro 1: Distribución de artículos en las revistas académicas y período considerados para el análisis

Periódico	Total de artículos	Artículos con temáticas referentes al ocio	Ocurrencia de artículos seleccionados para el análisis
<i>Annals of Tourism Research</i>	230	4	2 (2006) 1 (2007) 1 (2009)
<i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i>	125	4	4 (2010)
<i>Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural</i>	166	4	1 (2006) 2 (2007) 1 (2010)
<i>Turismo em Análise</i>	115	5	1 (2006) 2 (2008) 2 (2010)
<i>Turismo: Visão e Ação</i>	104	4	1 (2006) 3 (2010)

Fuente: Elaboración propia

En el contexto latinoamericano se observa que 13 de los 21 artículos fueron publicados en las tres revistas investigadas: *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *Turismo em Análise* y *Turismo: Visão e Ação*, y 9 de ellos eran del año 2010. Esto puede indicar que el campo de producción y difusión del conocimiento sobre turismo está abierto a los estudios de ocio en América Latina. Además, se verifica que en el ámbito internacional los investigadores cuentan con una serie de revistas de reconocida relevancia dirigidas a los estudios de ocio, como las revistas publicadas en inglés *Leisure Studies* y *Journal of Leisure Research*, pero no hay tantas publicaciones en idioma español y portugués. En Brasil sólo la revista *Licere*, vinculada al Programa de Posgrado en Estudios del Ocio (Lazer) de la Universidade Federal de Minas Gerais es específica de esta área de estudios. Así, se puede considerar que muchos de los estudios sobre ocio en el contexto brasileño también están siendo divulgados en revistas de las diferentes áreas con las que se puede relacionar al ocio, como el turismo y la educación física.

En lo que se refiere a las revistas brasileñas se observa que la proporción de artículos con temáticas referentes al ocio, en relación al número total de artículos publicados en el período investigado, es mayor que la media verificada, siendo de 4,3% en *Turismo em Análise* y 3,8% en *Turismo: Visão e Ação*. Este índice muestra que no hubo cambios expresivos en comparación con los períodos anteriores, de 2001 a 2005 analizado por Gonçalves (2006), y de 2006 a 2008 investigado por Faria (2009). De acuerdo con estos dos estudios los artículos que abordaban temas relativos al

ocio representaban respectivamente 4% y 5% del total de artículos publicados en esas dos revistas. No obstante, considerando los últimos cinco años cabe resaltar que más de la mitad de esos trabajos (cinco de los nueve artículos identificados) fueron publicados sólo en 2010. Esto puede señalar un futuro aumento del número de investigaciones que contemplan la temática del ocio en el contexto de las revistas brasileñas de turismo.

POSICIONAMIENTO TEÓRICO-CONCEPTUAL DE LOS AUTORES EN RELACIÓN AL TURISMO

En cuanto al contenido de los 21 artículos, en 11 publicaciones el posicionamiento teórico-conceptual de los autores respecto del turismo es claramente explicitado y comprende diversos de sus aspectos: espacio-temporales, socioculturales, económicos, ambientales, entre otros. Los siguientes ejemplos demuestran las diversas perspectivas adoptadas por los autores en el contexto de los artículos:

Como menciona Rodrigues (2002: 56) se entiende que el Turismo es una actividad que produce (incluso cuando se apropia sin transformar) el espacio. Valora un determinado paisaje sin que haya una intervención de la producción espacial: mirar el cielo cubierto de estrellas, el mar, los ríos, el paisaje de los Andes, Alpes, etc. O sea, se trata de la 'vista' del paisaje sin que ocurra ninguna transformación por la intermediación de la actividad turística directamente en aquel lugar. No obstante, esta intervención de la actividad turística ocurre pues lugares con confort y cada vez más raros, son pedidos por la propia demanda. Demanda constituida por personas que tienen recursos y tiempo para esta práctica. Considerando el contacto con los paisajes naturales, la búsqueda de aventuras y la contemplación de la vida, necesidades fundamentales del ser humano, se debe pensar en la democratización de esa práctica, minimizando los impactos de una demanda no tan ávida de lujo y multiplicando la calidad de vida y del ambiente de las personas (Leme & Neves, 2007: 221).

En este sentido, Wahab (1991: 26) presenta al turismo como "[...] una actividad humana intencional que sirve como medio de comunicación involucrando un desplazamiento temporario de las personas hacia otras regiones o países y buscando la satisfacción de otras necesidades, diferentes a las actividades remuneradas." Para este autor el concepto general está ligado al ocio y al intercambio de experiencias e información, y dicha actividad estaría generando grandes ganancias colectivas, o sea creando un eslabón de interacción entre los pueblos, dentro de una misma nación o fuera de ella. Así el turismo contempla aspectos importantes de las relaciones sociales y modos de vida que permiten vivir la permeabilidad de las diversidades culturales a través del desplazamiento y la comunicación de las personas mediante el turismo (Ribeiro & Higuchi, 2008: 475-476).

Como destacan Gastal & Moesch (2007: 11) el turismo involucra procesos de "extrañeza", o sea que en sus desplazamientos el turista puede vivir procesos de movilización subjetiva al enfrentarse con lo nuevo e inesperado. Eso lo llevaría "a parar y rever, repensar, reevaluar y resignificar no sólo la situación, el ambiente, las prácticas vividas en aquel momento y en aquel lugar, sino muchas de las

experiencias pasadas". En este sentido, el turismo es un fenómeno humano y una posibilidad de ocio caracterizado por el (re) conocimiento de un lugar extra-ordinario, en el cual se establecen las más variadas relaciones (sociales, económicas, históricas, políticas, ambientales, culturales, afectivas, etc.) en determinado tiempo/espacio (Gomes, Ramos & Serejo, 2010: 363).

Las citas anteriores evidencian que el turismo es entendido como una actividad de apropiación del espacio en el cual se producen impactos, teniendo en cuenta la atención de las demandas del turista. También se destaca como una posibilidad de intercambio intercultural proporcionado por los desplazamientos espaciales de las personas y como un fenómeno humano, en el cual se establecen variadas relaciones. Esta última idea se aproxima a la comprensión adoptada en este estudio, en el cual el turismo es concebido como un fenómeno humano y sociocultural, dotado de valor simbólico y caracterizado por la movilidad de personas y la motivación que las instiga (Panosso Netto, 2005).

Cabe destacar que entre las 11 publicaciones cuyos autores explicitan su posicionamiento teórico-conceptual sobre el turismo, sólo en dos artículos se formulan conceptos propios. Ambos son fundamentados en Gastal & Moesch (2007), como puede observarse a continuación.

El turismo puede ser entendido como una forma de establecer una relación entre el sujeto social y el desplazamiento espacial (viaje, visita, paseo); una experiencia vivida en un momento determinado (por lo general, fuera del tiempo de trabajo). Como señalan Gastal & Moesch (2007) la experiencia turística está marcada por procesos de movilización subjetiva que llevan al individuo a parar, mirar con más agudeza, repensar, reevaluar y resignificar no sólo la situación, el ambiente, las prácticas vividas en ese momento y ese lugar, sino también sus vivencias pasadas (Cheibub & Melo, 2010: 1041-1042).

Considerando como características fundamentales para la comprensión del turismo los procesos de movilización subjetiva frente a la extrañeza/reconocimiento de lo nuevo, el turismo es concebido, más allá de los desplazamientos espaciales propios de los viajes, como próximo al concepto de ocio al entenderlo como *experiencia*. Esta es una comprensión del turismo que ha sido verificada en el contexto de algunos estudios que buscan relacionar las temáticas de ocio y turismo en Brasil, como los trabajos de Lacerda (2007) y Souza (2011). Partiendo de esta idea de turismo, estos autores consideran la posibilidad de que se practique incluso sin que ocurran grandes desplazamientos, lo que puede suceder dentro del propio espacio de residencia del sujeto. Para Lacerda (2007) en este proceso de (re)conocimiento de su ciudad, el poblador podría ser sensibilizado para valorar sus propias referencias, aproximándose a una comprensión de lo que de hecho significa ser ciudadano. Souza (2011), por su parte, acredita que este tipo de turismo podría generar la inclusión de las clases populares, ya que su realización no depende necesariamente de mucho tiempo y dinero.

Otro aspecto a ser destacado en el conjunto de los artículos analizados es la importancia económica atribuida al turismo en detrimento de otros elementos. En 16 de los 21 artículos este

aspecto fue resaltado, sea para justificar la relevancia del estudio del tema, sea considerando la necesidad de extrapolar las fronteras del abordaje económico para el estudio del turismo, como demuestran los siguientes ejemplos.

En este sentido, el turismo pasó a representar una fuente de oportunidades, tanto de disfrute y ocio como del campo del trabajo, tornándose una industria bastante promisoro y alcanzando el primer sector de la economía mundial en la década de 1990 (Betrán, 2003). En términos académicos, el turismo y las Actividades Físicas de Aventura en Ambiente Natural (AFAN) pasaron a representar una gran área de estudio [...] (Moreira & Schwartz, 2006: 109).

A nivel mundial se halla este sector en la cima de otros sectores de la industria, superando el comercio de petróleo y otros productos industriales. [...]. Tanto en países del norte como en los del sur el turismo se ha convertido en una fuente principal de divisas; en el motor fundamental de la economía [...] (Brunold, 2007: 227).

Muchos estudios apuntan que el tratamiento exageradamente económico dado al turismo, inhibe la posibilidad de relación humana entre visitantes y visitados, reduciendo la percepción del viaje y de la convivencia social (Bonfim, 2010: 123).

Los aspectos económicos del turismo son relevantes y justifican, en parte, la rápida y vulnerable expansión de los cursos de graduación en esa área. Aunque es fundamental, el abordaje económico no es suficiente para comprender las complejidades del turismo (Gomes, Ramos & Serejo, 2010: 358).

En la primera perspectiva, aquella que subraya la importancia económica del turismo, este fenómeno es comprendido como industria, sector del área de servicios o sector de la economía. La visión del turismo como “industria” es una idea bastante aceptada y difundida en el medio académico, empresarial y en el sentido común, utilizada comúnmente para justificar el estudio del turismo y fundamentar propuestas de actuación e intervención por parte del poder público y de la iniciativa privada. No obstante, algunos autores como Lemos (2004) consideran que los conceptos y representaciones del turismo evidencian contradicciones e interpretaciones equivocadas, generando lo que el autor llama “mitos” del turismo. Entre estos se encuentra “*el mito de la industria del turismo*”. De acuerdo con este autor a través del efecto linkage (encadenamiento) la actividad turística genera otras actividades indirectas que, en cadena, alcanzan diversos sectores de la economía; desde la industria hasta la agricultura, pero “*decididamente y por definición, no es una industria*” (Lemos, 2004: 135).

Burns (2002) afirma que aunque el turismo es visto frecuentemente como industria (o como un conjunto de industrias interconectadas), promoviendo un gran impacto en la economía mundial, es posible concebirlo en conexión con la sociedad y los procesos culturales, a partir de un enfoque

sistémico. En este sentido, se promueve la comprensión del turismo como fenómeno insertado en las esferas económica, política, social, cultural y ambiental, incentivando el pensamiento multidisciplinario para entender más profundamente este fenómeno.

Bajo otro punto de vista, se observaron trabajos cuyos autores cuestionan los aspectos económicos y mercadológicos del turismo para explicar la complejidad de relaciones que se establecen a partir de este fenómeno. En estos artículos el turismo es entendido como actividad humana, proceso de comunicación o intercambio intercultural, procesos que para los autores no pueden ser explicados a partir de un único abordaje del turismo. Vinculando estas dos perspectivas de abordaje del fenómeno turístico, denominadas en esta investigación como económico-mercadológica y sociocultural, se observa que existe consenso entre los autores en cuanto a la comprensión del turismo como posibilidad u oportunidad de ocio y/o recreación. No obstante, lo que se entiende por ocio y/o recreación en el contexto de los artículos analizados es diversificado, sobre todo en función de las perspectivas adoptadas en los trabajos.

POSICIONAMIENTO TEÓRICO-CONCEPTUAL DE LOS AUTORES EN RELACIÓN AL OCIO

Respecto del ocio y/o recreación, en nueve publicaciones el posicionamiento teórico-conceptual de los autores es claramente explicitado y comprende perspectivas de estudio diversificadas. Los ejemplos a seguir evidencian algunas de las ideas sobre ocio y/o recreación adoptadas por los autores en el contexto de los artículos.

Si bien el ocio no ofrece una compensación total frente a la vida de trabajo, no por ello deja de producir compensaciones parciales que son esenciales para el equilibrio psicológico. Dumazedier (1968) ha identificado tres funciones: la de descanso, recreación y la de desarrollo personal (Román, 2006: 303).

Los fines de semana de dos días, que comenzaron en 1994 (Cai & Knutson, 1998) permitieron a los residentes urbanos chinos tener aproximadamente 100 días de tiempo de ocio al año (Wu & Cai, 2006: 180).

Durante los fines de semana y días no laborales se observa una fuerte predisposición por parte de los residentes a realizar actividades recreativas al aire libre y en contacto con la naturaleza. [...]. En este contexto, el espacio natural del hinterland de Ushuaia se transforma en el escenario del tiempo libre y del ocio para realizar prácticas recreativas y/o turísticas (Mosti, 2010: 530).

En los fragmentos citados se observaron comprensiones más restringidas o puntuales del ocio, que lo consideran como sinónimo de *tiempo libre*, como un conjunto de *actividades de libre elección* asociadas al ocio, compensación o fuga de lo cotidiano. Si bien por un lado estos aspectos son bastante utilizados en el medio académico para caracterizar al ocio, por otro lado reciben críticas por

remitir a abordajes limitados y descontextualizados de la realidad actual. Al referirse al ocio como un conjunto de ocupaciones, Dumazedier (autor referenciado en la primera de estas tres citas) no considera la posibilidad del ocio como un aspecto importante en la constitución histórica del ocio en las diversas sociedades, e imprescindible para su comprensión. Además, sus ideas fueron formuladas considerando la realidad francesa de mediados del siglo XX, época en que el ocio fue entendido como un fenómeno contrapuesto a los sentidos asociados al trabajo y opuesto a las demás esferas de la vida cotidiana. Entre tanto, las sociedades urbano-industriales por él estudiadas pasaron por transformaciones que repercuten actualmente en el ocio, como los avances tecnológicos, el crecimiento del sector de servicios, entre otras (Gomes, 2011). Teniendo en cuenta estas consideraciones, se observa la importancia de continuar invirtiendo en la producción de conocimientos más amplios y contextualizados desde el punto de vista histórico y sociocultural respecto de los conceptos, visiones o valores asociados al ocio y al turismo.

Bajo otra perspectiva en algunos artículos el ocio es comprendido por los autores como un fenómeno humano, localizado histórica y socioculturalmente. Bajo esta perspectiva más amplia en algunas publicaciones los autores entienden al ocio desde la óptica de la cultura, como demuestran los siguientes ejemplos.

[...] vale destacar que el objetivo de esta investigación no es presentar un estudio acerca del concepto de ocio, sino que resulta importante destacar los elementos que lo (sic) constituyen, entendiéndolo como afirma Ethel Medeiros (Una de las pioneras en los estudios sobre el ocio (Marcellino, 1987)), citada por Marcellino (1987: 29) como: “[...] la importante necesidad del hombre, en todos los tiempos y lugares, que varía sólo de intensidad y de forma de expresión, según el contexto físico, socioeconómico y político-social de cada grupo [...]” (Bonfim, 2010: 120. El subrayado es original).

El ocio no puede ser pensado sólo como algo que existe para renovar las energías para el trabajo, tampoco ser reducido a contrapunto de las obligaciones. El ocio es en su esencia un fenómeno sociocultural relacionado con diversas prácticas culturales, las cuales son colectivamente producidas en cada realidad histórico-social (Gomes, Ramos & Serejo, 2010: 366).

En el sentido expuesto por los autores en el último párrafo citado, el ocio pasa a comprender no sólo la vivencia (pasiva) de diversas manifestaciones culturales, sino también la producción de cultura. Teniendo esto en cuenta, se entiende que las prácticas de ocio y turismo (en su relación con el ocio) son reflejos de la realidad culturalmente establecida, con las propiedades de reiteración, cuestionamiento o resignificación de los valores vigentes, a través de las vivencias de los sujetos, representando la adecuación o la transgresión del orden social actual (Marcellino, 2008). En este estudio se considera que esta es una comprensión más amplia y contextualizada del ocio.

Cabe destacar que de los nueve artículos cuyos autores explicitan claramente que entienden

sobre ocio, dos presentan sus propios conceptos. Los fragmentos extraídos de esos artículos ejemplifican las diferentes posibilidades de abordar esta temática.

Fundamentado en Dumazedier (1968) y en Boullón (1993) el artículo de Román (2006) define al ocio de la siguiente manera:

[...] tiempo durante el cual el individuo es libre de las obligaciones ocupacionales, familiares y sociales, y tiene el privilegio de ocuparse de cosas agradables y útiles a su propio deseo: descanso, diversión y desarrollo personales. Aunque el término es usado a veces como sinónimo de recreación hemos preferido "Actividad del ocio" porque tiene una aplicación más amplia, y hemos utilizado ocio para indicar esa actividad en el tiempo libre (Román, 2006: 303).

Un análisis de esta cita revela que el ocio es entendido por el autor como sinónimo de tiempo libre o conjunto de actividades de libre elección del individuo, practicadas en el tiempo liberado de las obligaciones. De acuerdo con Gomes & Melo (2003) esta idea se remonta a las primeras investigaciones sistematizadas sobre el tema, que tuvieron su origen en la segunda mitad del siglo XIX. Según los mismos autores, sólo en 1930 se agregó una nueva dimensión al significado de ocio: la experiencia no perteneciente al mundo del trabajo. Aunque en la actualidad el trabajo como valor central en las diversas sociedades sea cuestionado por algunos autores, como Maffesoli (2005), se observa que algunas construcciones teóricas están basadas en la existencia de una dicotomía entre trabajo y ocio. En este sentido, como afirman Marinho & Pimentel (2010) se deja de lado el hecho de que aunque tengan características distintas y específicas, el ocio y el trabajo se relacionan dialécticamente y forman parte de la misma dinámica social. Gomes (2011), por su parte, alerta que esas construcciones terminan minimizando o excluyendo las posibilidades de comprensión del ocio a partir de otros parámetros. Así, se coincide en este estudio con Gomes (2011), que concluye que no se trata de no considerar las contribuciones de autores que se refieren a otras realidades, sino de construir nuevos conocimientos que sean críticos, consistentes y contextualizados.

Otro abordaje se fundamenta en autores brasileños que lo consideran desde la óptica de la cultura, como Marcellino (1995), Alves (2003), Gomes & Faria (2005) y Gomes (2008). El ocio es aquí comprendido como una dimensión de la cultura. En este sentido, el ocio es caracterizado por la vivencia lúdica de manifestaciones culturales en el tiempo/espacio social. Constituido conforme las peculiaridades del contexto histórico y sociocultural en el cual es desarrollado, el ocio implica "producción" de cultura (en el sentido de la reproducción, construcción y transformación de las prácticas culturales vividas lúdicamente por personas, grupos, sociedades e instituciones). Estas acciones son construidas en un tiempo/espacio social, dialogan y sufren interferencias de las demás esferas de la vida en sociedad y nos permiten resignificar, simbólica y continuamente, la cultura [...]. (Gomes, Ramos & Serejo, 2010: 359).

Bajo este mismo abordaje, otros autores como Lacerda & Isayama (2010), critican la comprensión del ocio como un servicio a ser prestado en el ámbito del turismo, restringiéndolo a una mera ocupación o actividad, con el rol de promover la distracción y la fuga de lo cotidiano. El siguiente ejemplo demuestra la interpretación del autor respecto de esta cuestión.

En este escenario el turismo y el ocio suelen ser vistos como la salvación de trabajar sobrecargados. Así, es posible comprenderlos ubicados en dos extremos (ellos son dinámicos e interactúan constantemente): a) actividades que sirven como válvula de escape para los problemas cotidianos, alimentando el status quo al priorizar el conformismo; b) vivencias asentadas en la libertad de elección de las personas que reconocen lo que están haciendo, dando la sensación de una renovación del sentido de la vida (Lacerda & Isayama, 2010: 300).

Esta interpretación se aproxima al entendimiento adoptado en la investigación, en la cual el ocio y el turismo son comprendidos como procesos dinámicos y relacionados con otras esferas de la vida, incluso con el trabajo, siendo influenciados por diversos contextos. Esto remite a los conceptos de ocio desarrollados por autores que lo consideran bajo la perspectiva de la cultura, constituyendo una relación dialéctica con la sociedad. *“La misma sociedad que lo generó y ejerce influencias sobre su desarrollo también puede ser por el cuestionada, en la vivencia de sus valores” (Marcellino, 2008: 13).*

RELACIONES ESTABLECIDAS ENTRE TURISMO, OCIO Y/O RECREACIÓN

En el contexto de los artículos analizados se observó la existencia de consenso entre los autores en cuanto a la existencia de relaciones entre el turismo, el ocio y/o la recreación, aunque no siempre los límites de cada una de estas esferas de actuación y estudio fueron de fácil delimitación. En algunos artículos, estas relaciones fueron discutidas y los límites de cada área fueron definidos en función de los respectivos objetos de estudio y objetivos de investigación de los autores. Los siguientes fragmentos ejemplifican algunos posicionamientos presentados por los autores.

[Diferenciando a los usuarios del Cinturón Recreativo en el Entorno de Metrópolis – Recreational Belt Around Metropolis - (ReBAM):] *ReBAM usuarios se refieren primariamente a los residentes urbanos de Shanghai, pero también incluye turistas de fuera de Shanghai que visitan la metrópolis y pasan tiempo de ocio de una o dos noches en el área suburbana. Para el propósito de este estudio, los ReBAM usuarios originarios de las áreas urbanas de Shanghai (no hay desplazamiento) fueron considerados dedicados a la recreación, y aquellos originarios de otros lugares (hay desplazamiento) fueron considerados dedicados al turismo (Wu & Cai, 2006: 181-182).*

Los usuarios del espacio natural se dividieron en dos categorías: recreacionistas y turistas quienes demuestran distintas preferencias al momento de realizar actividades recreativas o turísticas [...]. Durante el trabajo de campo fueron registrados 647 grupos de recreacionistas, que comprenden 4665 personas residentes en la ciudad de Ushuaia, [...]. Por su parte el grupo de turistas comprende

130 registros, correspondiendo las dos terceras partes de turistas regionales procedentes de la ciudad de Río Grande. La mayor parte de los turistas proceden de Argentina continental, seguidos por quienes residen en la provincia de Tierra del Fuego y por europeos [...] (Mosti, 2010: 522).

Las diferencias perceptivas existentes entre las actividades turísticas y no turísticas han sido debatidas (Ross, 1994; Ryan, 1991) [...] Los comportamientos socialmente identificados como recreación, como pedalear y escalar, también pueden ser consideradas actividades turísticas [...]. Siguiendo esta línea los turistas pueden evaluar similarmente en qué tipo de actividades recreativas participan dentro y fuera del ambiente doméstico (Brey & Lehto, 2007: 161-163).

A través del análisis de contenido de los párrafos citados anteriormente es posible percibir el concepto establecido por la OMT para definir al turismo y adoptado por los autores de esos artículos. Según Schlüter (2005), teniendo en cuenta la multiplicidad de definiciones conceptuales de turismo y turista, muchos de los trabajos de investigación sobre el turismo utilizan el concepto publicado por la OMT con el objetivo de “unificar criterios y establecer un sistema coherente de estadísticas turísticas [...]” (OMT, 2001: 36).

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros (OMT, 2001: 38). La OMT hace referencia a visitantes, que por su parte son clasificados como turistas y excursionistas. Los turistas son aquellos que permanecen en el destino por un período superior a 24 horas e inferior a un año, mientras que los excursionistas son aquellos que permanecen en el destino por un período inferior a 24 horas, sin pernoctar.

Aunque la definición de la OMT haya creado un marco conceptual de referencia para la recolección de datos sobre turismo, algunos autores como Holloway (1998) consideran que no es suficiente para caracterizar al turismo en la realidad actual. Para este autor las transformaciones del ordenamiento del tiempo y el espacio determinaron cambios de comportamiento de los visitantes. Como ejemplo, Holloway (1998) cita el aumento del número de personas que poseen una segunda casa y que en algunos casos pasan considerables períodos de tiempo lejos de su domicilio principal. El autor cuestiona si el turista sería alguien que está necesariamente lejos de su entorno habitual. Por su parte, Gastal & Moesch (2007) definen al turismo más allá de la cuantificación de las variables tiempo y espacio, considerando la “extrañeza” de lo nuevo o el (re)descubrimiento de experiencias vividas como aspectos fundamentales de la experiencia turística.

Considerando al turismo como una posibilidad de ocio o de aprovechamiento del tiempo libre (incluyendo al ocio), que comprende no sólo cambios de orden espacio-temporal sino también de comportamiento y actitud en relación a lo cotidiano. Como Gastal & Moesch (2007), algunos autores establecen relaciones entre el turismo y el ocio a partir de lo lúdico. Este aspecto extrapola las tradicionales categorías tiempo, espacio y motivación en el establecimiento de aproximaciones y

distanciamientos entre los fenómenos del ocio y turismo, en el contexto de los artículos analizados en esta investigación. El posicionamiento de los autores sobre esa interrelación puede observarse en los párrafos siguientes.

A veces viajar es solo ‘sellar el pasaporte’, puro exhibicionismo, haciendo desaparecer lo lúdico en una división entre lo ‘que-yo-realizo’ y lo ‘que-yo-observo’. Y, casi siempre, como describe Camargo (Id.), el placer de lo ‘que-yo-realizo’ es sacrificado en favor del placer futuro de lo ‘que-yo-observo’, que sólo va a relatar la aventura. Así, el foco está puesto en el status y en el relato a los demás de haber estado en lugares raros y caros, y haber podido pagarlos (Leme & Neves, 2007: 211).

[...] en esta investigación se entiende que el ocio y el turismo poseen particularidades y presentan fronteras débiles. Ambos son construcciones sociales que pueden representar un tiempo/espacio de expresión humana, de disfrute, espontaneidad, placer y recreación de nuestras identidades a través del contacto con nuevas situaciones, personas, paisajes, sociedades y culturas (Gomes, Ramos & Serejo, 2010: 371).

En estas citas se observa una aproximación bajo diferentes perspectivas entre ocio y turismo a través de lo lúdico. De acuerdo con Gomes (2011) el lenguaje lúdico es una expresión humana de significados referenciados en el juego que puede manifestarse de diversas formas y ocurrir en todos los momentos de la vida, incluso en el turismo. Como dimensión del lenguaje humano, lo lúdico representa una posibilidad de resignificación y transformación del mundo a partir de la interacción del sujeto con la experiencia vivida.

En turismo se puede decir que los desplazamientos físicos y simbólicos pueden propiciar las condiciones para un cambio de actitud para que el turista esté más propenso a interactuar con más agudeza con el ambiente y las personas, como observan Gomes et al. (2008). Esto representa una oportunidad privilegiada para la emergencia de vivencias lúdicas de ocio y turismo. Considerando esta interesante posibilidad y dependiendo de la perspectiva en que fuera vivida, lo lúdico también puede ser asociado al hedonismo, al consumismo, a los estereotipos y a la alienación en el turismo, porque también dialoga con los valores hegemónicos de cada contexto, como observan los autores de la última cita.

CONSIDERACIONES FINALES

El análisis de 21 artículos publicados en el período 2006-2010 en revistas nacionales e internacionales de turismo, permitió verificar que el ocio es una temática reciente en algunas de las publicaciones investigadas y poco explorada por los autores en los artículos de las revistas de turismo. En el contexto latinoamericano, 13 de los 21 artículos fueron seleccionados para el análisis, siendo nueve de ellos publicados en 2010. Se considera en este trabajo que esta puede ser una

evidencia de que las investigaciones y las revistas sobre turismo están abiertas a los estudios de ocio en América Latina. Esto muestra la necesidad de una formación académica en perspectiva continuada, de naturaleza interdisciplinaria y formación de asociaciones entre investigadores de diferentes áreas, favoreciendo la producción de conocimientos en los ámbitos del turismo y del ocio.

En el sentido de consolidar el turismo como campo de investigación científica, resulta necesario concentrar esfuerzos en la realización y difusión de los resultados de investigaciones relevantes para la construcción del conocimiento en el área. Como resalta Moesch (2002) la reflexión acerca de diferentes aspectos que caracterizan al fenómeno turístico precisa ir más allá de las tradicionales categorías tiempo, espacio y volumen. Con el análisis de contenido de los artículos seleccionados para esta investigación, se observó que estas categorías siguen siendo utilizadas por diversos autores para conceptuar y/o caracterizar (cuantitativamente) los fenómenos del turismo y del ocio, sobre todo en aquellos trabajos de orientación más pragmática, centrados en la planificación turística de destinos.

Se considera en este artículo que los aspectos cuantitativos del turismo (comúnmente relacionados con la economía y el mercado de esta actividad) son importantes para su estudio, aunque son insuficientes para explicar el turismo en su complejidad de relaciones con la sociedad. Se destaca que frecuentemente estos aspectos son puestos en evidencia para justificar su estudio o fundamentar propuestas de actuación e intervención de organizaciones públicas y privadas relacionadas con este sector. Además, el abordaje del turismo desde el punto de vista económico-mercadológico únicamente puede favorecer el enmascaramiento de las desigualdades que acompañan el desarrollo turístico en determinadas realidades, en las cuales hay una influencia predominante del sector privado. Esta predominancia, de acuerdo con Gomes, Pinheiro & Lacerda (2010), culmina en acciones que favorecen sólo a un pequeño grupo de sujetos involucrados en la actividad turística, contribuyendo con una visión elitista de este fenómeno.

Por otro lado, fundamentado principalmente en las Ciencias Humanas y Sociales, el campo de estudios del ocio puede contribuir a reflexionar sobre el turismo priorizando la percepción del hombre dentro del proceso (Gomes et al., 2008), esbozando nuevos referenciales como la dinámica de las acciones humanas en diferentes contextos (ambientes intra y extra-domésticos), representaciones sociales de los viajes turísticos, relaciones de reconocimiento/extrañeza frente a lo nuevo, carácter lúdico, entre otros elementos que permitan la emergencia de cuestionamientos sobre la calidad del viaje como experiencia sociocultural. En este sentido fue posible observar otros autores que presentaron una visión crítica en relación a los abordajes únicamente utilitaristas, mercadológicos y económicos de ocio y turismo, considerando estos fenómenos bajo la óptica de la cultura y en permanente relación con las demás esferas de actuación del hombre. En la investigación realizada, este abordaje fue considerado más amplio y contextualizado desde el punto de vista histórico y sociocultural.

Finalizando, este estudio trató algunos aspectos relacionados con la producción y difusión de conocimientos sobre las temáticas del ocio y el turismo en las revistas del área, con la intención de contribuir con las reflexiones desarrolladas en estos campos. Considerando, como Flick (2009), que las fuentes y los resultados de investigación no son la realidad objetiva ni una representación objetiva de partes de esa realidad, sino la resultante de un proceso de producción activa mediado por la cultura, se destaca que el análisis realizado no pretende agotar el tema y que se pueden hacer diferentes interpretaciones. Como otras posibilidades de investigación de esta temática se sugiere que los autores y/o editores de revistas científicas del área sean entrevistados y que los artículos publicados en el período más reciente continúen siendo analizados, entre otras posibilidades. Se espera que esa producción estimule debates sobre el tema y signifique un punto de partida para nuevos estudios dedicados a profundizar los conocimientos sobre ocio y turismo en el contexto actual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballantyne, R.; Packer, J. & Axelsen, M.** (2009) "Trends in tourism research". *Annals of Tourism Research* 36(1): 149-152
- Bardin, L.** (2009) "Análise de conteúdo". Edições 70, Lisboa
- Bernardino, C. R. & Isayama, H. F.** (2006) "Lazer e turismo: análise de currículos de cursos de Graduação em Turismo de Minas Gerais". *Licere* 9(2): 8-23
- Bonfim, M. V. S.** (2010) "Por uma pedagogia diferenciada: uma reflexão acerca do turismo pedagógico como prática educativa". *Turismo: Visão e Ação* 12(1): 114-129
- Brey, E. T. & Lehto, X. Y.** (2007) "The relationship between daily and vacation activities". *Annals of Tourism Research* 34(1): 160-180
- Brunold, A. O.** (2007) "¿Sueño o pesadilla en Mallorca? Un proyecto pedagógico interdisciplinario adecuado a la cultura de ocio y diversión". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 5(2): 225-242
- Burns, P.** (2002) "Turismo e antropologia" Chronos, São Paulo
- Campos, M.** (2003) "Conceitos atuais em bibliometria". *Arquivos Brasileiros de Oftalmologia* 66(4): 1-22
- Cheibub, B. L. & Melo, V. A.** (2010) "Experiencia turística, ocio/recreación y mediación: un estudio del proyecto 'Turismo Jovem Cidadão' en Río de Janeiro, Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(6): 1037-1052
- Faria, J. A. S.** (2009) "Interface turismo – lazer: análise de suas relações na produção científica em periódicos brasileiros de turismo qualificados pelo Qualis (2006-2008)". IGC, Universidad Federal de Minas Gerais (Monografía), Belo Horizonte
- Faria J. A. S.** (2012) "Lazer e turismo em periódicos: análise de artigos publicados no período 2006-2010". EEEFTO, Universidad Federal de Minas Gerais (Dissertação), Belo Horizonte
- Flick, U.** (2009) "Introdução à pesquisa qualitativa" Artmed, Porto Alegre

- Gastal, S. & Moesch, M. M.** (2007) "Turismo, políticas públicas e cidadania". Aleph, São Paulo
- Gomes, C. L.; Souza, T. R.; Lacerda, L. L. L. & Veiga, T. R.** (2008) "Inserção do lazer no contexto da pós-graduação stricto sensu em turismo/hospitalidade no Brasil". Caderno Virtual de Turismo 8(3): 54-66
- Gomes, C. L. & Melo, V. A.** (2003) "Lazer no Brasil: trajetória de estudos, possibilidades de pesquisa". Revista Movimento 9(1): 23-44
- Gomes, C. L.; Pinheiro, M. & Lacerda, L.** (2010) "Lazer, turismo e inclusão social: Intervenção com idosos". Editora Universidad Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte
- Gomes, C. L.; Ramos, A. M. O. & Serejo, H. F. B.** (2010) "Conhecimentos sobre o lazer nos cursos de graduação em turismo de Minas Gerais". Turismo em Análise 21(2): 357-380
- Gomes, C. L.** (2011) "Estudos do Lazer e geopolítica do conhecimento". Revista Licere 14(3): 1-25
Disponível em <<http://www.anima.eefd.ufrj.br/licere/sumario.html?ed=29>> Acesso em: 27 mar. 2012
- Gonçalves, M.** (2006) "Análise da produção de conhecimento em lazer nos periódicos científicos brasileiros de turismo qualificados pelo Qualis (2001-2005)". IGC, Universidad Federal de Minas Gerais (Monografia), Belo Horizonte
- Holloway, C. J.** (1998) "The business of tourism". Longman, London
- Isayama, H. F.; Araújo, M. & Silva, M. C.** (2008) "O lazer nos cursos de graduação em turismo de Belo Horizonte: visão dos coordenadores de curso". Caderno Virtual de Turismo 8(3): 104-118
- Lacerda, L. L. L.** (2007) "Lazer-turístico, em grandes centros urbanos, voltado para os próprios residentes: uma possibilidade?" En: Silva, K. N. P. & Silva, J. A. de A. (org.) Recreação, esporte e lazer: espaço, tempo e atitude. Instituto Tempo Livre, Recife, pp. 381-385
- Lacerda, L. L. L. & Isayama, H. F.** (2010) "Marketing de serviços de lazer: estudo de caso do Museu de Artes e Ofícios de Belo Horizonte". Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 8(4): 463-478
- Laville, C. & Dionne, J.** (1999) "A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas". Editora Universidad Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte
- Lemos, L. de** (2004) "Turismo: que negócio é esse? Uma análise da economia do turismo". Papirus, São Paulo
- Leme, F. B. M. & Neves, S. C.** (2007) "Dos ecos do turismo aos ecos da paisagem: análises das tendências do ecoturismo e a percepção de suas paisagens". Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 5(2): 209-223
- Maffesoli, M.** (2005) "No fundo das aparências". Vozes, Petrópolis - RJ
- Marcellino, N. C.** (2008) "Lazer e sociedade: múltiplas relações". Editora Alínea, Campinas - SP
- Marinho, A. & Pimentel, G. G. de A.** (2010) "Dos clássicos aos contemporâneos: revendo e conhecendo importantes categorias referentes às teorias do lazer". En: Pimentel, G. G. de A. Teorias do lazer. Eduem, Maringá, pp. 11-41
- Mckercher, B.; Law, R. & Lam, T.** (2006) "Rating tourism and hospitality journals". Tourism Management 27(26): 1235-1252
- Moesch, M. M.** (2002) "A produção do saber turístico". Contexto, São Paulo

- Moreira, J. C. C. & Schwartz, G. M.** (2006) "Sintonizando sensações e emoções com roteiros de turismo alternativo: um estudo com praticantes de atividades físicas na natureza". *Turismo em Análise* 17(1): 108-126
- Mosti, P. A.** (2010) "El alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del hinterland de Ushuaia – Tierra del Fuego – Argentina". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(4): 516-533
- OMT** (2001) "Introdução ao turismo". Roca, São Paulo
- Panosso Netto, A.** (2005) "Filosofia do turismo: teoria e epistemologia". Aleph, São Paulo
- Ribeiro, M. de N. & Higuchi, M. I. G.** (2008) "Percepções sobre turismo, lazer e conservação ambiental: um estudo com moradores do entorno de uma reserva florestal urbana". *Turismo em Análise* 19(3): 472-487
- Román, G. M.** (2006) "El tiempo libre y ocio reivindicado por los trabajadores". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 4(3): 301-326
- Schlüter, R. G.** (2005) "Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria. Aleph, São Paulo
- Silverman, D.** (2009) "Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações". Artmed, Porto Alegre
- Souza, T. R.** (2011) "Análise sobre estudos do lazer em mestrados em Turismo e Hospitalidade no Brasil (2001-2007)". EEEFTO, Universidad Federal de Minas Gerais (Dissertação), Belo Horizonte
- Werneck, C. L.; Stoppa, E. & Isayama, H. F.** (2001) "Lazer e mercado". Papyrus, Campinas - SP
- Wu, B. & Cai, L.** (2006) "Spatial modeling: suburban leisure in Shanghai". *Annals of Tourism Research* 33(1): 179-198

Recibido el 26 de marzo de 2013

Reenviado el 29 de mayo de 2013

Aceptado el 09 de junio de 2013

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués