



O Conhecimento ao Serviço da Sociedade

A Sociologia e o Conhecimento: uma pergunta para um milhão de dólares



Inês Brasão*

Para que serve a Sociologia(?) é, para muitos, uma pergunta de um milhão de dólares. Para não vos demorar a sociedade, a melhor maneira que encontro de vos falar da história desta ciência social é dizer-vos que a sociologia nasceu para estudar e compreender a mudança. As sociedades são organismos muito complexos e instáveis e isso é perceptível porque, em qualquer sociedade ou grupo, existem forças conflitantes, alianças e alinhamentos comportamentais, identidades surgentes, transformação do pensamento social, decadência, reciclagem e erupção de valores e ideias que nos afetam enquanto atores sociais e nos conduzem en-

quanto cidadãos, consumidores ou trabalhadores. A sociologia olha-nos ao espelho, e isso é incómodo, sempre foi.

Há muito anos que ensino Sociologia e me esforço por desfazer, portanto, a ideia de que seria sinónimo de adivinhação do futuro, psicologia amorosa ou publicação de inquéritos sobre se os portugueses gostam mais de chuva ou de sol, nas redes sociais. Conceitos que ajudam a explicar as sociedades em que vivemos estão, hoje, na boca de toda a gente, como os de integração social, desigualdade, mérito, discriminação, género ou massificação. Estas noções vulgarizaram-se graças à disseminação do pensamento sociológico e ajudam-nos a interpretar o que nos rodeia, mas isso não significa que não tenham na sua origem uma base de estudo, método e prova. Vamos pegar no exemplo do turismo, o setor mais pujante, a par da tecnologia, nas primeiras duas décadas deste milénio. Quando falamos do problema da massificação do turismo, de que fa-

lamos? A vontade de viajar tornou-se uma realidade massificada porque, ao contrário do passado, as viagens deixaram de ser um privilégio das elites. Ainda o são, em muitos países do mundo, mas a probabilidade das classes médias portuguesas viajarem, por exemplo, é incomparavelmente maior do que se recuarmos até à década de 1960. Ora, o acesso generalizado ao turismo parece, em si mesmo, um sinal de maiores e melhores oportunidades para todos. Se eu gosto de ter direito e recursos para viajar, por que razão os outros não o podem fazer à sua medida? Aqui entra a sociologia do turismo com um contributo importante: os comportamentos em viagem não são homogéneos e a forma como visitamos os lugares e os apreciamos é, em si mesmo, fator de conflito. Os que privilegiam a autenticidade da experiência (um valor emergente nos indivíduos de classe média-alta, adoradores do imaterial e do intangível) não se relacionam positivamente com aqueles

que gostam de viajar por interesses ligados ao consumo dos prazeres, por vezes interpretados como fáceis e imediatos, como frequentar uma praia cheia de gente no verão, ou visitar um museu que faz parte do circuito obrigatório de uma cidade da velha Europa, ainda que cheio de esperas infundas. Assim, os turistas não são uma massa homogénea; como um todo coeso, não existem. Privilegiam coisas diferentes que resultam numa luta de forças contrárias, nas quais costumam ganhar as forças dominantes (mas nem sempre). Assim, o estudo destes comportamentos, com o contributo da sociologia na formação académica, ajuda a gerir a relação entre o turismo e a sociedade. ◀

***Professora do Politécnico de Leiria, Escola Superior Turismo e Tecnologia do Mar
Doutora em Sociologia e Economia Históricas
Investigadora na área da Sociologia, Turismo e dos Estudos sobre o Património, do Género e do Trabalho**

(artigo escrito com o actual acordo ortográfico)