

# UNIDADE E DIVERSIDADE DAS FÉRIAS DAS CRIANÇAS

Suzanne Mollo-Bouvier\*

*Bastaram algumas décadas para transformar as férias, num tempo social privilegiado, desenvolvendo quer um imaginário quer práticas de consumo que marcam profundamente os modos de vida da nossa sociedade. Depois da instauração, em 1936, das férias pagas, elas têm inserido nos costumes certas particularidades que ainda não foram objecto da devida atenção por parte da investigação levada cabo na área da Sociologia do Lazer.*

*Neste artigo, desejamos mostrar que as férias das crianças, em função das especificidades que as informam, ilustram a crescente importância das férias na economia de mercado. O sonho de liberdade, o mito da idade de ouro, serviram de apoio a uma actividade comercial particularmente dinâmica. Nunca antes as «férias-produto» foram tão numerosas, variadas e atractivas. Será essa crescente oferta inevitável e infinita? Ou será que essa diversidade, manifestada até ao extremo, não mascara ela própria um processo de banalização? As férias das crianças, sob todas as suas formas, respondem a um número limitado de exigências, exigências essas que têm origem na família e na sociedade.*

## 1. Tempo livre e férias: emergência de uma especificidade

As férias modificam as relações quotidianas com o espaço e o tempo. Periodicamente, e num tempo bem circunscrito, elas renovam uma tentativa de regresso ao paraíso perdido: busca da Natureza, mesmo se esta se encontra cada vez mais corrompida pela urbanização dos lazeres; reivindicação da liberdade que desorganiza o tempo quotidiano construindo novos constrangimen-

\* Investigadora do Centre National de Recherche Scientifique (CNRS), Paris.

Tradução de Irene Cortesão Costa.

tos. Mas, sobretudo, elas valorizam os outros, o estranho (que pode significar simultaneamente estrangeiro), ao ponto de o próprio do termo férias implicar a ideia de um corte com o tempo e com o ambiente familiares, uma exigência de saída ou partida. A apoiar esta ideia, temos a definição do INSEE, que corresponde a uma normalização europeia:

*Entendemos por «férias» toda a deslocação que implique pelo menos 4 dias completos consecutivos (quatro vezes vinte e quatro horas) fora do domicílio efectuada por motivos que não os profissionais, de estudo ou de saúde. (Monteiro, Rowenczyk, 1993).*

Os inquiridos somente conseguem apanhar as saídas para fora em férias, o que faz com que os dados recolhidos sejam, à priori, lacunares.

Na medida em que ritmam o calendário anual das actividades humanas, as férias produzem novas referências nos tempos sociais («foi antes ou depois das férias»); o fim das «férias grandes» anunciam um novo ano escolar ou universitário, entrecortado por breves paragens – as férias de duração mais curta e as «pontes» – que se apropriam das cores das estações e geram os seus próprios ritos (Rauch, 1993).

Se a expressão «férias pagas» marca uma pertença ao mundo das lutas sociais, o termo «férias» designa uma parte do tempo livre, com conotações específicas que abrem caminho tanto a um estudo diferencial dos modos de vida como à difusão de um imaginário social que se generaliza; a sua capacidade de enfeitamento favorece a explosão de um sector económico que tenta adaptar sonhos idênticos a consumidores diferentes, ao mesmo tempo que, sem cessar, busca novos procedimentos de distinção. O sonho das férias coloca-se sob o signo de múltiplas rupturas com a vida quotidiana. Mas, uma vez realizado, ele cria as suas próprias rotinas e os seus próprios constrangimentos.

O estudo das práticas sociais, colectivas ou individuais, no tempo das férias, oferece ao sociólogo um excelente posto de observação para proceder a uma análise diferencial das ligações entre os costumes/as práticas e a pertença, o sonho e o consumo (Mollo-Bouvier, 1994).

Esta análise permite seguir as transformações de uma política social que multiplicou as iniciativas para favorecer as saídas para férias dos trabalhadores;

política essa que está também relacionada com a organização das mesmas, procurando inscrever no concreto as suas concepções de família que durante muito tempo veicularam uma ideologia comunitária, fortemente centrada sobre a criança. Esta política social foi posteriormente perturbada pelas transformações dos laços familiares e dos valores a eles ligados; pelas modificações dos ritmos e dos modos de vida, fortemente marcados pela generalização do trabalho feminino e, mais recentemente, pela precarização do tempo de trabalho. Este último facto social perturbou, de certo modo, as teorias humanistas do tempo livre ganho à custa das lutas sociais e da melhoria da produtividade, consagrando a chegada de uma civilização do lazer. Os autores da obra *Temps Libre et Pratiques Culturelles* (Bouilin-Darteville, Thoveron, Noel, 1992), insistem na extrema variedade de escolhas e de práticas de lazer, na coexistência de valores e desejos contraditórios, na constante interacção entre os diferentes tempos sociais.

Por último, as políticas sociais que encorajam e desenvolvem certas formas de férias estão sujeitas à concorrência cada vez mais intensa num sector do mercado que durante muito tempo preparou e difundiu «férias-produto» reservadas a uma clientela abastada, adulta e individualista. Seguidamente, absorveu uma parcela do mercado familiar, desenvolvendo uma lógica de cohabitação de gerações em espaços cuidadosamente separados segundo faixas etárias cada vez mais estreitas, ensaiando assim uma resposta a desejos contraditórios: favorecer tanto a preservação da imagem da família unida e de bons pais, como a crescente reivindicação de um tempo para si próprio<sup>1</sup>.

Actualmente, o sector comercial tenta implantar-se no mercado das férias das crianças e, muito recentemente<sup>2</sup>, investe no sector tradicionalmente reser-

<sup>1</sup> Um estudo realizado por F. Neizert (1989), demonstrou que as transformações nos ritmos do tempo familiar se apoiam em representações e aspirações dificilmente conciliáveis. Em primeiro lugar, uma centralização sobre a criança, valorizando o casal enquanto pais e quase o apagando enquanto cônjuges. Em segundo lugar, a rigidez e a rapidez dos ritmos quotidianos criam uma tensão a que se procura escapar nas férias, pela reivindicação de um tempo para si (e não para o casal), consagrado à realização de um projecto pessoal. É esta difícil coexistência entre reencontros familiares e a busca de um prazer individual que o Club Méditerranée e os seus imitadores se esforçam por fornecer.

<sup>2</sup> «Tourisme, Marketing et Communication» consagra um número às férias das crianças (Fev. 1992). Esse número, o primeiro género, dá especial relevo à lenta tomada de consciência, por parte dos profissionais do turismo, do interesse comercial da geração com menos de 16 anos, apelidada no editorial de «geração de ouro».

vado ao turismo social e associativo, ao interessar-se pela criança que vai de férias sozinha. O aborrecimento de ontem transforma-se em produto apelativo, consagrando a criança como rei das regras das férias familiares.

As férias das crianças, sustentadas e financiadas pelos pais (pelo menos em parte), propostas pelo sector social e associativo e pelo mercado de férias, e vividas pelas crianças, põem a funcionar um imaginário do tempo livre, constringimentos orçamentais, concepções da infância, da família e das relações familiares que nem sempre formam um todo harmonioso. As melhores «férias-produto» saberão apagar os contrastes, reconciliar o real e o imaginário.

## 2. As férias das crianças: da educação ao consumo

Tendo em conta os limites deste artigo, não nos podemos estender sobre as dificuldades na criação de uma definição de infância que desocultasse as incertezas teóricas e metodológicas que marcam a análise sociológica sobre o lugar e o papel das crianças na produção, na reprodução, nas transformações e na dinâmica social. Não podemos senão remeter para o nosso texto *De L'école aux vacances; prolégomènes à une analyse sociologique des vacances des enfants* (Mollo-Bouvier, *op cit.*).

Os inquéritos, mais vastos ou pontuais, a que fazemos referência no presente artigo caracterizam-se por uma grande heterogeneidade de faixas etárias (0-13 anos, 4-24 anos, etc.). Esses cortes são pouco adaptados à divisão social das idades. Está ainda por realizar todo o trabalho de estudo das fronteiras e das ligações entre uma sociologia da juventude em plena expansão e uma sociologia da infância ainda incipiente.

Para este estudo, focalizámos a atenção – na medida do possível – nas informações relativas às crianças dos 0 aos 13 anos, isto é, o período da vida que não é abarcado pela sociologia da juventude.

Os organismos que propõem férias para as crianças funcionam segundo dois modelos principais: um modelo social e associativo sem fins lucrativos e um modelo comercial que vende «férias-produto».

O modelo social coloca em funcionamento, nos seus dispositivos de férias, uma concepção do lazer com uma forte conotação humanista e educativa, li-

gada a uma vocação social a favor da democratização das férias. Desenvolveu uma política familiar de que se pode seguir a evolução a partir das sucessivas transformações das instalações, assim como das transformações nas modalidades de atribuição de apoios para as férias. Tornou-se especialista na organização e animação de férias de crianças que partem sozinhas no seio de uma vasta rede associativa, muito ligada à escola, assegurando assim uma continuidade entre o tempo escolar e o tempo livre. Subsidiada pelo Ministério da Juventude e dos Desportos, essa vasta rede social e associativa afirma a vocação laica, democrática e pedagógica de um tempo livre bem enquadrado e bem ocupado. A moda dos cursos de línguas no estrangeiro, ou a oferta de períodos que aliam distrações e aprendizagem escolar, não são senão os exemplos mais explícitos (e frequentemente os mais onerosos) de tentar transformar os benefícios das férias em capital escolar. É necessário ainda acrescentar uma vontade de inserção, garantia de paz social, habitualmente considerada incompatível com o ócio. Os centros de férias acolhem cerca de um milhão de crianças por ano, o que implica uma importante actividade económica, ainda que actualmente já não se encontre em expansão. J. Houssaye (1991) considera que os organizadores dos centros são, simultaneamente, agentes económicos e educadores. Será que estes termos são compatíveis entre si, sobretudo num período de recessão, em que se dispõe de poucos efectivos? Não seremos nós tentados, para diminuir esta queda, a aproximarmo-nos dos lazeres de consumo propostos pelo sector comercial, que soube tornar fiel uma clientela familiar abastada concentrando a sua imaginação, os seus esforços e a sua publicidade sobre a criança, interessando-se depois pouco pelas crianças que partem sozinhas?

A geração com menos de 17 anos incluía, em 1992<sup>3</sup>, 13723000 indivíduos; gasta cerca de 35, 5 milhões de francos por ano, aos quais convém adicionar as somas dispendidas sob a sua influência no consumo familiar. O Instituto da Criança avaliou, em 1979, em 500 milhões de francos o montante dispendido pelas e para as crianças. Se juntarmos a isso os 200 dias de férias de que elas beneficiam, compreende-se que o mercado das férias das crianças seja cada vez mais atractivo. Compreende-se menos facilmente que tal atracção seja ainda muito recente e parcial, caracterizada por numerosas lacunas e alguns insuces-

<sup>3</sup> Estes números são citados por J. Y. Le Bigot (Tourisme, Marketing et Communication).

sos. A história do lugar da criança nas férias e no mercado das férias retrata a representação da criança na vida familiar e social. Se, como afirma A. Rauch (*op. cit.*), «*as férias não são isoláveis das ideologias que as legitimam*», importa acrescentar que elas também já não são isoláveis dos interesses económicos que suscitaram.

As férias das crianças encontram-se assim divididas entre várias tendências: a valorização da infância quando se torna numa abstracção que reenvia para uma visão idealizada do futuro de uma sociedade e confronta a centralidade da criança na vida familiar, regressando assim às fontes de uma primeira vocação de turismo social – mas essa tendência eclipsa-se (para renascer melhor), ou transforma-se sob influência de outras concepções nascidas de considerações mais pragmáticas, caracterizadas pelas dificuldades de inserir as crianças numa sociedade regida largamente pelos constrangimentos do trabalho e da produtividade; a desconfiança face a um tempo livre, corruptor em relação a um ser sempre considerado em situação de aprendizagem; a descoberta dos papéis directos e indirectos desempenhados pelas crianças na economia do lazer e no mercado de férias. Se examinarmos o caminho percorrido entre os primeiros patronatos e os centros de lazer sem alojamento, o campo de escuteiros e o operador turístico para as crianças, a colónia de férias e a gama de actividades propostas pelo conjunto dos organismos de férias, medimos até que ponto as crianças são o objecto de interesses e de concepções, por certo opostos, mas suficientemente poderosos para gerar uma rede institucional em plena expansão, como se nenhum lugar, nenhum tempo, nenhuma actividade da infância lhes devesse escapar. As férias das crianças tornaram-se uma aposta económica no sector do turismo, uma aposta ideológica nos valores que incarnam, uma aposta eleitoral nas políticas municipais e uma questão de Estado na medida em que elas são incluídas na política de organização dos tempos da criança, que mobiliza três ministérios (Ministérios da Cultura, da Educação Nacional, da Juventude e dos Desportos).

### **3. A diversidade: uma adaptação contínua**

A organização das férias das crianças encontra-se submetida a três constrangimentos essenciais: o custo, o tempo escolar e o tempo de trabalho dos pais,

em particular da mãe. Sabendo que o próprio tempo escolar é em parte moldado por razões económicas e não pedagógicas (os hotéis e as profissões ligadas ao turismo intervêm regularmente em favor de um escalonamento das partidas por zonas ou da dispensa de trabalho ao sábado de manhã), apercebemo-nos que o conjunto dessa organização se encontra submetido às exigências de uma economia de mercado.

A rede das instituições de lazer das crianças está estreitamente ligada ao funcionamento económico da nossa sociedade; para além da sua função recreativa e educativa, assegura junto das crianças uma vasta função de *parking*, isto é, uma função de guarda e de segurança que permite otimizar o trabalho dos pais, assim como os seus lazeres e as suas actividades enquanto consumidores.

Citemos, por exemplo, alguns anúncios publicitários retirados do mês de Janeiro de 1994: para escolher um automóvel da sua gama de novidades, a Renault propõe «*parking* e parque infantil assegurados»; o Club Méditerranée sugere: «Você adora o golfe. Adora também as suas crianças?». A Nouvelles Frontières exprime sensivelmente a mesma ideia: «Adoro estar com as minhas crianças, mas não ao colo... É nestes tempos e lugares que respondem a exigências que são estranhas às crianças que o seu interesse pode ser reintroduzido: a guarda transforma-se em acolhimento, a espera enche-se de actividades atraentes; as reservas, o distanciamento dos adultos, dos pais, dos outros grupos etários, ornamentam-se com as virtudes socializadoras dos grupos de amigos. A valorização do interesses da criança produzirá os seus frutos ao ponto de se tornar um desafio económico na indústria do lazer. Esta está em vias de efectuar a sua transição da criança-proscrita para a criança-rei, com a condição de que ela permaneça dentro dos limites do reino que lhes foi atribuído. Esses limites exercem então uma dupla função: protecção do trabalho e dos lazeres dos adultos, e protecção dos lazeres das crianças, o que faz com que a cada grupo sejam propostos um espaço e actividades específicas. Essa protecção melhorou consideravelmente a qualidade dos lazeres das crianças. Este ano, por exemplo, alguns parceiros do turismo comercial associaram-se para propor e oferecer um *label Kid*<sup>4</sup> às estações em que as crianças são reis». Esta iniciativa

<sup>4</sup> Em inglês no texto: certificado, etiqueta, N.T.

tem o alto patrocínio do Ministro do Turismo. Parece-nos importante insistir sobre o facto de que a valorização dum reino reservado às crianças se opera segundo uma concepção particular da socialização, por grupos etários homogéneos, sendo a homogeneização dos status sócio-económicos levada a cabo pelo custo do produto. Este modo de socialização parece ser uma característica do nosso tempo. Da creche ao asilo da terceira idade, o percurso institucional da socialização efectua-se segundo uma separação estrita das idades, dos lugares e das actividades. As férias não constituem excepção. (Os centros de férias para as crianças que partem sozinhas são, regra geral, completamente desligados do ambiente das crianças). Contudo, uma vez estabelecida esta regra, a criação de espaços comuns, a proposta, mesmo o incitamento a que se desenvolvam actividades comuns, vai surgindo ao longo dos anos em função da originalidade de cada organismo e da sua capacidade de desmontar as armadilhas da ambivalência e dos conflitos de valores que periodicamente assaltam os pais, assim como as crianças, no momento em que procedem às escolhas. Uma escolha que inclua todas as possibilidades exerce um efeito desmultiplicador sobre as propostas de férias.

As crianças estão, então, no centro de uma ávida concorrência entre os dois sectores que dividem entre si o mercado das férias das crianças, quer partam sozinhas quer partam com a família.

As crianças constituem o motor e a dinâmica das políticas e da indústria de férias, quer sejam directamente para elas mesmas, ou mais indirectamente para convencer os pais da qualidade das suas escolhas e da necessidade das suas despesas.

As férias das crianças assumiram, portanto, uma importância social, política e económica consideráveis, gerando uma rede institucional que se encontra em plena expansão, como o comprova a enorme variedade de propostas feitas às famílias e... também às crianças. Mas, se a espessura e as cores dos catálogos, tanto dos movimentos associativos como dos sectores comerciais, exprimem a abundância, a diversidade e a qualidade dos produtos oferecidos, uma leitura mais aprofundada permite igualmente constatar como os valores atribuídos à infância e as obrigações que eles engendram, tecem uma trama comum especialmente resistente, que nunca esconde completamente os ornamentos da originalidade.



#### 4. Os factores e as facetas da diversidade

No início havia as associações de protecção à infância laicas ou religiosas, os escuteiros e a colónia, ... e também as avós para «tomar conta» das crianças enquanto e seus pais trabalhavam. Em 1992, o *Kid des Vacances* (Sicsic, 1992) propunha 250 possibilidades diferentes para crianças dos dez aos seis anos. Estas possibilidades encontram-se desmultiplicadas pois são, essencialmente, uma lista de organismos que propõem soluções ou produtos variados em muitos sítios diferentes. Recentemente criados, os albergues de França, por exemplo, propõem «500 famílias de acolhimento para as férias das vossas crianças dos 4 aos 16 anos». Agências de viagens, comités de empresas, associações laicas, turismo social, hotéis, clubes, villages-clubs, estâncias de férias – embora algumas se afirmem estâncias para a infância – a enumeração das possibilidades oferecidas é, actualmente, impossível. É ainda preciso ter em conta os municípios que gerem, financiam e organizam, em parte, as férias na própria localidade, as férias sem deslocações, concretizadas pela criação de centros de lazer sem alojamento, que começam a entrar em concorrência com os centros de férias afastados do domicílio e que se integram no vasto movimento da política de ordenamento dos tempos das crianças.

Renunciando a uma classificação que não poderia ser exaustiva, contentar-nos-emos em assinalar os principais factores que produzem essa extrema variedade de possibilidades oferecidas às crianças utilizadoras e consumidoras de férias.

##### 4.1. Partidas e não partidas

Se nos limitamos às férias de Verão e às de Inverno, que assinalam as duas migrações mais importantes do ano, estamos a deixar de fora bastante mais casos a considerar no que diz respeito às crianças: há aquelas que vão para fora e aquelas que ficam. Estas últimas escapam largamente às análises em função da própria definição de férias. Aqueles que não partem, ficam em casa, e utilizam cada vez mais os centros de ar livre, mais habitualmente os centros de lazer que se encontram, tal como dissemos anteriormente, crescentemente na moda. Os que «partem» estão, por sua vez, submetidos a mais regimes; os que

se deslocam unicamente sem os pais, exclusivamente com os pais e os que partem das duas maneiras. Há aqueles que se deslocam apenas no Verão, os que partem também no Inverno para férias na neve,...<sup>5</sup>.

#### **4.2. O alongamento e o mostruário das férias escolares; fraccionamento das partidas/encurtamento das estadias**

A História das férias escolares mostra como o seu calendário se libertou progressivamente do trabalho sazonal das crianças e, em parte, da suspeição engendrada pela ideia da ociosidade e da influência perniciosa de certas famílias (Rauch, *op. cit.*).

É a Terceira República que alonga as férias grandes, fazendo-as passar, em vinte anos, de seis semanas a dez. Mais recentemente as férias foram divididas em duas e depois em três partes. Por fim, o dia de Todos-os-Santos, o Natal, a Páscoa e as férias de inverno (que se espalham por Fevereiro e Março) criaram ao longo do ano uma alternância de sequências de trabalho (de cerca de sete semanas) e sequências de cerca de duas semanas de tempo livre ou mais exactamente libertos do trabalho escolar. As crianças acabam assim por acumular duzentos dias sem escola, de entre os quais é preciso contar cem dias de férias, o que é considerável, por comparação aos 45 dias que os pais têm. Em algumas profissões esta diferença é ainda maior do que noutras: na agricultura, na hotelaria ou alguns raros do comércio, por exemplo, as férias são muito menos e não coincidem com as das crianças.

Nem todas estas sequências sem aulas permitem idas para fora. Estas têm sobretudo lugar no Verão, mas assistimos actualmente, sobretudo nos meios mais favorecidos, a um fraccionamento das férias e a múltiplas idas para fora. Cerca de 10% da população pratica desportos de Inverno, que dizem respeito a 28, 9% de famílias entre 1 de Outubro 1991 e 30 de Abril de 1992 (INSEE, *op.*

<sup>5</sup> O cálculo das partidas em férias das crianças dá lugar a diferentes estimativas consoante os organismos. Como esses análises assentam em faixas etárias heterogêneas, os resultados são muitas vezes difíceis de comparar. Em 1990, a *Jeunesse au Plein Air* (1992) avaliou em 79% a taxa de deslocações para uma amostra de 1041 crianças e jovens dos 7 aos 18 anos; no mesmo ano, o INSEE (Mercier e Monteiro, 1991) mostrou que 64,5% das crianças dos 0 aos 13 anos partiram em férias (inquérito realizado a partir de uma amostra aleatória de 6908 famílias representativas do conjunto dos lares vulgares).

cit.). Trata-se, como é claro de famílias e não de crianças, mas sabemos que estas viagens estão muito ligadas às férias escolares. Este fraccionamento de férias acentua-se nos meios sociais mais favorecidos. Os fins de semana compridos, as «meias-semanas», começaram a interessar os profissionais de turismo e férias, uma vez que existe um *shortbreak holiday Market*<sup>6</sup> (uma tradução possível seria um mercado de mini-férias), muito explorado pelos *center parcs*, e que suscitou toda uma reflexão sobre o lugar das crianças neste tipo de férias<sup>7</sup>. As viagens múltiplas e as férias muito curtas não dizem respeito a não ser aos quadros, enquanto que a alternância de férias de Verão e férias de Inverno interessa a uma maior parte da população. Estes novos hábitos e novas aspirações, juntos paradoxalmente à crise económica, concorrem para reforçar o fenómeno do encurtamento das férias. O relatório do conselho económico e social (1989) mostrou que em vinte anos as férias de Verão revelam uma perda de oito anos nas férias dos quadros superiores, dez dias nas dos operários, ao mesmo tempo que de uma forma geral, a duração das férias dedicadas aos desportos de Inverno diminuíram dez dias. Este fenómeno diz respeito também às férias das crianças que partem sozinhas para centros de lazer do sector associativo. As férias de menos de três semanas são cada vez mais frequentes. O *Kid des Vacances* (Sicsic, *op. cit.*) mostra que todos os organismos propõem férias curtas (de quatro dias para os pequenos, a uma semana para os maiores), a tarifa de base é então calculada à semana; as férias nos centros de férias podem durar duas semanas a três semanas, já com a viagem incluída.

#### **4.3. Transformação dos modos de vida e disparidades económicas e sociais**

A crise económica, o desenvolvimento da habitação individual e sobretudo a generalização do trabalho das mulheres parecem explicar estas tendências gerais que sofrem numerosas flutuações apesar das disparidades sócio-económicas e sócio-culturais. A tendência para a diminuição da duração das férias

<sup>6</sup> Em inglês no texto. Uma tradução possível seria: um mercado de miniférias (N.T.).

<sup>7</sup> Este mercado de mini-férias escapa ainda aos inquéritos estatísticos em consequência da definição de férias já mencionada; em Fevereiro de 1990 um colóquio internacional de «Shortbreak Holiday Conference» teve lugar no central Paris de Vernevil s/ Aure, mas as actas não foram publicadas.

tem significados diferentes junto nos quadros superiores ou junto aos operários. O trabalho das mulheres não fez mais do que tornar ainda mais agudo o grave problema «que fazem das crianças enquanto que os pais trabalham?», transformando muito frequentemente o tempo livre em tempo para tomar conta das crianças. Em 1981, um inquérito do C.E.R.C. (Toucenon & Ville-neuve-Gokalp, 1988) tentou responder à questão. Este inquérito necessitaria de uma actualização, mas pode pelo menos servir de referência para medir a evolução do número de partidas para férias. Em 1981, 66% das crianças dos zero aos treze anos tinham partido, pelo menos uma vez, para férias.

*«Em 1981, duas em cada três crianças, não vão para férias a não ser com os seus pais (36%), ou não fazem mesmo férias (26%). Os outros ou vão para casa dos avós ou vão para fora com colectividades. Estas férias juntam-se com as que são passadas com os pais (23%) ou com aqueles que os substituem quando os pais não as puderem fazer (15%)... (p. 1074).*

*86% das crianças passam mais de metade do tempo sem aulas nas suas casas e todos passam em casa pelos menos alguns dias» (p. 1087).*

A título de comparação recordemos as taxas mais altas de partidas das cidades; em 1990, um inquérito do INSEE mostrava que os 65% das crianças dos zero aos treze anos tinham ido para férias, enquanto que inquéritos pontuais (I.P.A., 1992) davam resultados mais optimistas (79% e 80%).

O último documento do INSEE (Monteiro & Rowencyk, *op. cit.*) mostra a difusão das férias atingiu um tal grau que quase quatro franceses em dez não vão para férias. As fontes relativas às crianças são demasiado dispares para que se possa arriscar comparações, no entanto pode-se sugerir que elas vão para fora, mais do que os seus pais. Seria interessante saber em que medida o desenvolvimento das ajudas às férias das crianças e o desenvolvimento do sector social associativo podem compensar as desigualdades sócio-económicas das famílias.

Se as categorias sócio-profissionais mais favorecidas (quadros médios e superiores) são maioritários na clientela do sector comercial, todas as categorias sócio-profissionais estão representadas nos centros de férias do sector social associativo.

O inquérito do CERC (I.P.A. 1992, *op. cit.*) indica a seguinte repartição.

Agricultores .....	1,56%
Artesão, comerciantes, chefes de empresas.....	8,2%
Quadros e profissões liberais.....	26%
Profissão intermediárias .....	11,5%
Empregados .....	37,7%
Operários .....	10%
Desempregados .....	5%

O mesmo inquérito fornece igualmente um quadro indicativo dos custos por família do montante das ajudas (ver pág. 38).

	<b>Facturação das famílias</b>	<b>Montante das ajudas</b>	<b>Custo por família</b>
Associações	188 francos/dia	62 francos/dia	138 francos/dia
Municipalidades	75 francos/dia	35 francos/dia	40 francos/dia
Comércio	208 francos/dia	65 francos/dia	141 francos/dia

#### **4.4. Extensão da rede institucional**

A fracção dos dias de férias não organizados é ainda largamente maioritária em França, uma vez que em 1982 a percentagem se elevou a 83, 5% para o conjunto da população, e a 84, 4% para as crianças dos zero aos treze anos. (Resultados do INSEE, *op. cit.* 1993, quadros 106 e 107). Por razões económicas, mas também por necessidade de convívio, (INSEE, 1.<sup>a</sup> edição, 1990) muitos dos dias de férias são passados em família, em casa dos pais ou de amigos. As crianças não escapam a esta regra e sem dúvida reforçam-na uma vez que vão para casa dos avós enquanto os pais trabalham. No entanto a rede das férias organizadas não pára de crescer e de se diversificar.

O inquérito feito em 1992 pelo centro de Estudos e de Comunicação por encomenda da *Jeunesse au Plein Air* do Ministério da Juventude e dos Des-

portos (J.P.A. Dezembro 1992), mostra que as férias colectivas para crianças são organizadas por quatro grandes tipos de estruturas<sup>8</sup>. «As associações sem fins lucrativos, os municípios, os comités de empresas, as associações ou sociedades comerciais». É a este estudo que nos vamos referir para apresentar rapidamente estas estruturas.

O movimento social associativo, sem fins lucrativos (47, 8% da amostra do inquérito CERC) joga um papel de primeiro plano na organização dos tempos livres e férias das crianças, isto sobretudo devido à sua longa história. Sendo de origem laica ou religiosa, é marcado pelo seu militantismo.

O conjunto deste vasto movimento social e associativo foi assim desenvolvendo ao longo do tempo uma rede de centros de actividades de tempos livres; trabalha em estreita relação com o Ministério da Juventude e dos Desportos. Assegura igualmente a formação do pessoal de enquadramento e de direcção.

A *Union Nationale des Colonies de Vacances*, de origem religiosa (muito cedo dominada pelos católicos) foi criada em 1909. A sua réplica laica, a *Fédération Nationale des Colonies de Vacances*, surgiu em 1912 (Rauch, *op. cit.*). Actualmente, a *Union Française des Centres de Vacances* (U.F.C.V.) agrupa mais de 2000 associações, municípios e comités de empresas. Totaliza quase 6000 centros e 60000 animadores e ocupam-se de crianças com idades entre os quatro e os dezasseis anos.

A *Confédération des Oeuvres de Vacances Laïques d'Enfantes et d'Adolescents*, constitui, também ela, um pólo importante do movimento associativo das férias das crianças. Ela difunde uma ideologia em continuidade em relação à da escola, pondo à frente a sua vocação laica, democrática e educativa.

De uma maneira geral, apesar das opções políticas e religiosas diferentes, as associações põem a tónica sobre os projectos de educação que procuram desenvolver na criança três valores essenciais: autonomia, aprendizagem da

---

<sup>8</sup> Este inquérito foi feito em 148 centros: 97 centros de férias e 51 centros de recreação sem alojamento, para crianças dos quatro aos doze anos. O estudo foi feito sobre o funcionamento dos centros, e interrogou 148 directores (dos quais 80% por telefone, 2258 pais, dos quais 75% por telefone, 376 animadores, 120 organizadores e 3010 crianças com idades dos quatro aos doze anos. Teve lugar entre 20 de Julho e 15 de Setembro de 1992. Referimo-nos às conclusões que foram apresentadas nos nºs. 337/338, Dez. 1992 da *Jeunesse au Plein Air*, *op. cit.*)

vida colectiva, desenvolvimento pessoal a fim de favorecer a educação como cidadão.

Os comités de empresas (21, 6% da amostra) caracterizam-se pela sua clientela «cativa» constituída pelos filhos do empregados das empresas. Eles gozam de orçamentos mais confortáveis do que os outros movimentos associativos e não têm, pelo menos a curto prazo, problemas de recrutamento de clientela. Mas, como são muito frequentemente geridos pelo sindicato maioritário na empresa, estão submetidos à pressão da concorrência eleitoral e à necessidade de satisfazer os pais, para evitar a fuga dos clientes. Estas condições são assim favoráveis à concretização de projectos que, às intenções educativas comuns ao sector educativo, acrescentam uma vontade lúdica e recreativa; a noção de «férias boas» impõe duas preocupações dominantes: a diversificação das actividades e a sua renovação permanente.

Os municípios (27, 7% da amostra) concordam cada vez mais com o facto de incluírem as crianças na sua política social. A atenção dada às escolas, o desenvolvimento de uma política de processos de guarda, encontraram o seu prolongamento na operacionalização de uma política de organização de tempos livres. Os municípios podem agir directamente, criar as suas próprias estruturas, ou apelar para o movimento associativo. Eles gerem sobretudo o interesse dos eleitores e reforçam-se por conciliar as necessidades e os desejos dos pais com interesses e desejos das crianças. É por isto que a guarda de crianças, a sua segurança física e moral, a necessidade de responder a uma procura massiva crescente, sobretudo por uma população de fracos rendimentos e mesmo em vias de pauperização, impõe limites à acção municipal. Esta desenvolve actualmente os Centres de Loisirs Sans Hébergement (C.L.S.H.) que parecem satisfazer a maior parte dos pais em função dos seus desejos e dos seus orçamentos; as idas para fora são sempre mais caras, por isso mais selectivas. Os centros esforçam-se actualmente por atender tanto aos interesses dos pais como aos das crianças, diversificando as suas actividades. Uma vez a guarda assegurada e os pais tranquilizados, o pessoal, cada vez mais especializado, fazem questão de ter como prioridades o interesses e o pazer das crianças.

As sociedades comerciais (27% da amostra) descobriram um pouco mais tarde o valor de mercado da criança. O ano de 1992 parece marcar o reconhecimento do aparecimento da criança no mercado das férias. Os primeiros

encontros europeus de turismo para crianças tiveram lugar em Lille, em Fevereiro de 1992; a Eurodisney abriu as suas portas no mesmo ano e o salão do turismo da Foire de Paris colocou-se sobre o signo das crianças. Elegendo como alvo de publicidade para férias o «produto-criança», os anunciantes reforçam a oportunidade de seduzir todos os membros da família.

O interesse do sector comercial pelo turismo familiar antecedeu largamente o interesse pela criança que vai sozinha para férias. Este interesse soube mostrar uma capacidade de adaptação particularmente notável à evolução das procura de clientela. A evolução do lugar da criança no Club Méditerranée, é neste ponto exemplar e lançou a moda das «formules clubs», com espaços, actividades e animações específicas para as crianças. A adaptabilidade aos pedidos da clientela põe o sector comercial num processo constante de pôr em causa os seus dispositivos de férias, procurando satisfazer muito rapidamente a evolução da procura dos pais e das crianças e a traduzi-las numa forma de férias que favoreça as transformações rápidas de espaços e actividades propostas.

A criança, por mais pequena que seja, não deve fazer parte da bagagem dos seus pais: as tarifas reduzidas, mesmo gratuitas, não são suficientes para definir uma política comercial familiar centrada sobre a criança. A noção de acolhimento substitui a de guarda, como já foi dito. Claro que a segurança é um argumento decisivo para fazer os pais aderir, mas ela não deve ser associada ao prazer da criança, ao seu desenvolvimento, à abundância das actividades oferecidas à capacidade, à qualidade profissional dos animadores.

Mesmo sendo caro, a felicidade da criança irá permitir a felicidade dos pais; as férias em família serão salvas, sobretudo se são favorecidas pela separação de idades, de espaços e de actividades, o desenvolvimento individual e a reivindicação de um tempo para si próprio. Lembremo-nos da campanha publicitária da Nouvelles Frontières «Gosto de estar com os meus filhos, mas não com eles ao colo».

As sociedades comerciais tentam ligar-se actualmente ao mercado das crianças que vão para fora sozinhas e entraram bruscamente em concorrência com o sector associativo, imitando-lhes a sua experiência. Em 1992, o Club Méditerranée lançou o «Club Interdito a Menores de 13 anos». Algumas experiências tentaram acolher crianças a partir dos quatro anos e que viajavam sozinhas: os mini-grupos rurais, por exemplo. Para os mais velhos, a moda é viajar à desco-



berta de novos horizontes, à aventura, sendo assim necessário aceitar pagar o preço da segurança, mas mesmo assim o *tour operating* dos júniores fez a sua entrada no mercado das férias.

A combinação de todos estes factores na situação de forte concorrência, favorece a extrema diversidade que caracteriza actualmente o mercado de férias das crianças. Esta diversidade inscreve-se na duração das férias, no alargamento dos grupos etários a quem são dirigidas, na multiplicidade de modalidades postas em prática, assim como na extrema diversificação das actividades de um dia para o outro e mesmo durante o mesmo dia.

Não voltando a insistir sobre a duração das férias, será que o encurtamento das férias acompanhado de múltiplas partidas para fora vai conduzir a uma modificação da definição de férias? O alargamento das faixas etárias atingiu sem dúvida o seu máximo, uma vez que os sectores social, associativo e de mercado propõem fórmulas que permitem acolher crianças dos três meses aos dezoito anos! E cada um tem o seu clube: *Baby Club* (também se encontram «viveiros» nos centros Renouveau), parecidos com as creches para as crianças até aos três anos; «mini club» para crianças dos três aos seis anos; «Club Junior» e assim por diante até aos clubes reservados aos «adolescentes». A compartimentação das idades lê-se na organização dos espaços, na formação ou pessoas, nas actividades propostas. Para as crianças que vão sozinhas para fora, a idade mínima, em geral, é de quatro anos. O sector associativo propõe jardins de infância que dificilmente ficam cheios, mas propõe igualmente outras fórmulas onde os meninos e as meninas se iniciam nas alegrias dos banhos, dos poney, da vida na quinta, da iniciação musical, etc.. As férias podem ser curtas (muitos organismos propõem de cinco a dez dias), e, por outro lado, os preços têm tendência a subir à medida que sobe a importância do pessoal requisitado.

As modalidades de férias não param de se enriquecer: podem ser sedentárias, nómadas ou mistas, os meios de deslocação vão desde os pés ao avião, passando pela bicicleta, o barco, dromedário, os skis, ou os cães de trenó.

Por fim, as actividades propostas são quase infinitas e mutáveis como as modas; todos os meios de expressão do corpo e do espírito são postos a contribuir: os desportos e não param de surgir novos; actividades artísticas (apesar de serem as mais discretas), o teatro, o circo, a informática, a astronomia, a espeleologia, o ambiente, a ecologia, sem esquecer os cursos de recuperação

escolar e os cursos de línguas, as preparações intensivas para os exames, ainda não muito organizados mas em plena expansão.

Os tempos livres adquirem assim «títulos de nobreza», uma vez que se podem transformar em capital escolar. O tempo das férias é sempre um período bem cheio e bem organizado.

Dois fenómenos opostos participaram na ampliação do processo de diversificação das férias das crianças. Primeiro um crescimento na procura: o desenvolvimento do trabalho das mulheres teve consequências imediatas sobre a necessidade de organização das férias das crianças. Elas tornaram-se num verdadeiro objecto de política social, tanto à escala nacional como local, constituindo-se assim uma batalha para a democracia, um desafio da justiça e paz social.

A importância da procura desenvolveu uma concorrência cada vez mais viva entre os diferentes organismos produtores de férias, favorecendo a inversão e a renovação rápida das fórmulas e dos equipamentos. O abrandamento da procura devido à crise económica, teve como efeito imediato o reforço da concorrência, o estímulo da imaginação dos conceptualizadores para conseguir a adesão dos pais e das crianças, mas até que ponto podem ir estas ofertas?

O sector social e associativo interroga-se sobre este crescimento de um prazer consumista no seio de uma ideologia sempre marcada por um projecto de pôr o tempo livre da criança ao serviço da educação do cidadão. J. Houssaye (*op. cit.*) insiste na importância de não adoptar este ponto de vista mas, pelo contrário, de afirmar o carácter educativo das férias propostas pelo sector associativo. Em função da própria riqueza da escolha, não seria importante reconverter as despesas relativas a materiais e equipamentos sub-utilizados, em riqueza da escolha, em formação e reforço do pessoal de enquadramento? Esta reflexão atinge também o sector comercial. O Club Méditerranée, por exemplo, interessa-se cada vez mais pelas situações comuns a diferentes gerações, e nas suas novas aldeias, decidiu diminuir os equipamentos em proveito da animação, de actividades comuns e criadoras.

Mas esta inversão da tendência ainda está em fase de alertar, de reflectir, de experimentar, ainda de forma muito modesta e não perturba verdadeiramente o entusiasmo dos produtores de lazeres pela exploração económica de uma mitologia de abundância.

A criança parece ter assim conquistado o mercado das férias. Inscreve-se

nos sonhos de felicidade de uma família reunida para saborear os melhores momentos do ano. Esta coabitação não tem limitações pois tudo é feito para que cada um possa viver as suas férias sem ter que sacrificar nada a outrem. As férias são para todos e para cada um, organizam-se numa coabitação sem promiscuidade, favorecendo um hedonismo individualista e sem culpabilidade. Uma vez que a criança parte sozinha, a necessidade da sua guarda apaga-se em proveito de um acolhimento que põe em prática actividades recreativas para a criança, mas que são também apercebidas pelos pais como sendo formativas e educativas, podendo eventualmente adquirir uma rentabilidade escolar.

A criança é assim objecto de todas as atenções num universo sob medida, num domínio reservado, no seio de uma partilha de territórios codificada e ritualizada que permite a cada um aproveitar tanto das fronteiras como das ligações.

## 5. Os limites do processo de diversificação

Esta concorrência agravada pelas dificuldades económicas, produz também um movimento contrário, quer dizer uma certa homogeneização das ofertas. O movimento social e associativo sem renegar as suas intenções formativas e educativas, teve de retomar um certo número de inovações que fizeram sucesso no sector tradicional. Sabe-se como o Club Méditerranée suscitou imitadores na organização de espaços, na gestão de tempos dos pais e das crianças, na aquisição de equipamentos e materiais necessários para colocar as férias sob o signo da abundância. Copiando-se uns aos outros e sacrificando-se à moda, os organizadores dos tempos livres acabam por oferecer os mesmos tipos de férias e os mesmos tipos de actividades. A uniformidade decorre da generalização da diversidade.

Para se introduzir no mercado das férias para as crianças que vão sozinhas para fora, o sector comercial aproximou-se do sector social e associativo. Teve que limitar os seus preços, com excepção da «alta gama» da clientela, (uma viagem itinerante a Marrocos com a duração de duas semanas pode custar 10000 francos). Tendo em conta as ajudas dadas às famílias, o inquérito do C.E.R.C. (*op. cit.* p. 38), menciona, a título indicativo, que os centros associativos custam

às famílias de O a 229 francos, e que os centros comerciais custam de 103 a 334 francos, por dia.

A concorrência permitiu igualmente a aproximação dos pontos de vista quanto aos interesses das férias para o desenvolvimento da criança. O sector comercial inspira-se nos valores da utilização de um tempo livre que não pode justificar o que custa, unicamente pelo seu carácter lúdico e hedonista. Esforça-se por desenvolver a autonomia, a responsabilidade, o desempenho, sem deixar de dar um empurrão à aquisição de conhecimentos. O sector associativo reivindica sempre o valor educativo do lazer e do modo de vida em férias, mas insiste, por seu lado, na qualidade dos equipamentos, na abundância de actividades, e na valorização do prazer imediato da criança.

Por fim, as férias das crianças estão submetidas a um certo número de imperativos que inscrevem na realidade das férias para crianças, a sua rigidez e monotonia. A exigência de segurança impõe ao emprego do tempo restrições pesadas, submetidas a uma regulamentação particularmente severa. É muito fácil a um adolescente pegar na sua bicicleta para ir passear quando está na sua casa; num centro de tempos livres esta é uma aventura impossível, interdita. Não pretendemos pôr em causa esta exigência de segurança, reforçada pela responsabilidade do pessoal de enquadramento, mas é necessário constatar até que ponto ela pesa em todas as formas de férias. Ela rege uma vida colectiva que se organiza, frequentemente, em detrimento da expressão de desejos individuais. A falta de liberdade reaparece sob a máscara de abundância e constitui a maior reivindicação das crianças; é sem dúvida também a maior causa de um menor interesse dos mais velhos. O último inquérito do C.E.R.C. (*op. cit.*) insiste neste ponto e revela um divórcio entre os desejos das crianças e os dos seus pais. A multiplicidade das actividades propostas não mascaram a incapacidade dos organizadores de férias para crianças em satisfazer esta insistente reivindicação de tempo livre, um tempo consagrado a não fazer nada, que não será nem recreativo, nem educativo, nem programado, quer dizer um tempo vazio, para si. Um tempo para não fazer nada, que contradiz a ideia que uma criança feliz é necessariamente activa, e que deixa o pessoal de enquadramento desarmado e ansioso. Mas esta incapacidade de aceitar a ideia de uma criança em férias (o que um adulto admite com muita facilidade para si próprio), é sem dúvida, mais antiga que a formação dos ani-

madres e as exigências de um projecto, necessários para obter subvenções. Ela reactiva sem dúvida esta desconfiança secular sobre a infância que ainda não tem lugar activo reconhecido na vida social, uma vez que é considerada antes de tudo como uma situação de espera, um período de aprendizagem para se tornar num ser social, que deve por seu turno exorcizar os riscos de desvio e proteger a inocência. A permeabilidade das fronteiras entre a pureza da criança descoberta no século XVIII e o pecado que a perseguiu até ao século XVII, o controlo e a segurança, a liberdade e a ociosidade, marcam bem a ambiguidade do lugar objectivo e simbólico da criança na nossa sociedade.

### Bibliografia

- BOUILLIN-DARTEVILLE R., THOVERON G., Noël F., (1992) *Temps libre et pratiques culturelles*, Liège, Mardaga, coll. Création et communication.
- Enquête dans les CVL et les CLSH. *Jeunesse au Plein Air*, déc. 1992 n.º 337/338, p. 1-48.
- HOUSSAYE J. (1991) *Aujourd'hui les centres de vacances*. Paris, éd. Matrice, Coll Points d'appui.
- LE BIGOT J.Y. (1992) *Pour une vraie civilisation des loisirs pour les jeunes*. *Tourisme, Marketing et Communication*, 34, p. 6-7.
- MERCIER M.A., MONTEIRO S. (1991) *Les vacances d'été 1990*, INSEE Première, 166.
- MOLLO-BOUVIER S. (1960) *Socialisation et institutions de l'enfance: ruptures et continuités. Petite enfance et temps libre*, Actes du colloque 1ère escale de l'enfance, Hourtin (France), p. 13-16.
- MOLLO-BOUVIER S. (1994) *De l'école aux vacances; prolégomènes à une analyse sociologique des vacances des enfants*. *Revue Française de Pédagogie*, 106.
- MONTEIR S., ROWENCZYK C. (1993) *Les vacances des français; tendances longues et résultats détaillés de 1990 à 1992*. *Consommation-Modos de vie*, 52-53, INSEE. p. 236.
- NEITZERT F., *Rythmes de la vie familiale. Petite enfance et temps libre*. Actes du colloque 1ère escale de l'enfance, op. cit.
- L'évolution et les perspectives des besoins des français et leur mode de satisfaction*. Rapport présenté au nom du Conseil économique et social par M.J. Meyraud. *Journal Officiel*, Avis et rapport du Conseil économique et social, T.II, session 1989.
- RAUCH A. (1993) *Les vacances*. Paris, PUF, Coll. Que sais-je?
- SICSIC J. (1992) *Le Kid des Vacances*. Paris, éd ETC, p. 210.

- TOULEMON L., VILLENEUVE-GOKALP C. (1988) *Les vacances des enfants*. Population, 6, p. 1065-1099.
- TOULEMON L., VILLENEUVE-GOKALP C. (1992) *Et mes vacances à moi?* Tourisme, Marketing & Communication, 34.
- TOULEMON L., VILLENEUVE-GOKALP C. (1992) *Le temps des loisirs*, Document de L'INJEP, juin 6 (Institut National de la Jeunesse et de L'Education Populaire).