

## CIÊNCIA E TURISMO: ESTADO DA ARTE E AGENDA DE PESQUISA

Elizabeth Kyoko Wada<sup>1</sup>

Tratar o turismo como tema ou mesmo objeto de estudos científicos é uma atividade paradoxal: por um lado, o senso comum e os desejos de evasão, consumo, diversão levam as pessoas a pensarem na atividade turística como algo ameno, reservado para momentos de relaxamento, de extroversão; por outro, dada a natureza do assunto, há certo escárnio, como se os aspectos do turismo não pudessem ser tratados com seriedade. Aqueles que dedicam sua vida para buscar mais conhecimento e melhor compreensão do turismo são, muitas vezes, vistos como eternos turistas.

A UNWTO – *United Nations World Tourism Organization* – considera que o turismo contemple todas as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros (saúde, religião, visitas a familiares e amigos). Barretto afirma “A turismologia é o estudo do fenômeno turístico enquanto fato social (no sentido dado a esta expressão por Durkheim no século XIX). O turismo é o fenômeno em si. São suas coisas diferentes: o fenômeno e o estudo do fenômeno. Isto trasladado para a vida acadêmica significa que os cursos deveriam diferenciar claramente o que é a formação para trabalhar no mercado turístico (constitutivo do fenômeno social) e a formação para estudar este fenômeno”.

Os estudos do turismo ocorrem de maneira mais ordenada a partir da década de 1950, numa etapa de defesa, quando se realçou o “lado bom”, tratando de aspectos econômicos e socioculturais; na década de 1970, como ocorreu em outras ciências sociais aplicadas, passa-se à advertência, com estudos para comprovar o “lado mau” e os custos econômicos e socioculturais; nos anos 1980, é o momento de adaptação, com esforços para mostrar como minimizar os impactos negativos e maximizar os demais, sendo o turismo de massa responsabilizado pelos desequilíbrios provocados pelas atividades turísticas; a partir de 1990, passa-se à utilização da teoria de sistemas, ou seja, a busca de compreensão do turismo como “um todo a ser organizado” e passível de tratamento teórico numa fase identificada como a do “conhecimento científico”; no final daquela década, passa-se para um período de necessidade de inserção do fenômeno turístico nas questões de interesse público, com estudos para ter alternativas e analisar cenários; em meados da década de 2000, os estudos contemplam a ética como a alternativa para que se tenha um olhar reflexivo, de caráter prescritivo, com inserção no contexto da sociedade mundial. Autores como Jafari (1992, 2001, 2005), Mcbeth (2005), Beni (2003, 2006, 2007), Panosso Netto (2005, 2008, 2009), Trigo (2005, 2009) e Barretto (1996, 2000, 2007, 2009) e Dencker (2003) compartilham seus resultados de pesquisa em suas obras.

A agenda de pesquisa se viabiliza com a interdisciplinaridade, numa área que completará, no Brasil, 40 anos de formação em curso superior em 2011, com tantas mudanças conceituais. Para tratar das comunidades locais, passou a se valer dos estudos de hospitalidade, da antropologia, da sociologia, da filosofia; para a compreensão de espaço e os impactos provocados pelos fluxos turísticos, dialoga com a geografia, com a arquitetura e, mais recentemente, com outras áreas que passaram a tratar de sustentabilidade e de meio ambiente; para as questões de mercado, aproxima-se da administração, da economia, da estatística, de tecnologia da informação; de áreas de formação consideradas novas, como a moda, o design, a gastronomia, a hotelaria, a gestão em suas diversas aplicações, entre outras, empresta a possibilidade de ousar e procurar averiguar os deslocamentos que ocorrem a partir das inovações.

Certamente as pesquisas sobre destinos, relações socioculturais e econômicas, gestão de negócios em turismo, metodologia continuarão, mas há palavras-chave que estarão presentes nos estudos do fenômeno turístico: hospitalidade, cenários, *stakeholders*, design, tecnologia, comunidades, redes sociais. As pesquisas em turismo, tradicionalmente qualitativas, precisam avançar em métodos quantitativos, além da familiarização e uso de tecnologias que respaldem tais modalidades de pesquisa.

---

<sup>1</sup> Professora e Coordenadora do Programa de Mestrado em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi. Presidente da ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo e presidente de MPI Brazil Chapter – *Meeting Professionals International*. [ekwada@anhembi.br](mailto:ekwada@anhembi.br) e [ewada@uol.com.br](mailto:ewada@uol.com.br)