

COMUNICAÇÃO E CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

Modelos explicativos e paradigmas, investigação e intervenção em Turismo

Maria do Rosário Mira

Escola Superior de Educação de Coimbra

mrmira@esec.pt

Adília Viana Ramos

Escola Superior de Educação de Coimbra

adilia@esec.pt

Resumo

O artigo apresentado tem como objectivo apresentar uma nova, mas necessária e exigente, reflexão sobre algumas questões de natureza epistemológica e metodológica, e suas implicações na investigação turística. São ainda delineados princípios orientadores para a produção de conhecimento em turismo, sendo aí realçada a contraposição frequentemente sugerida entre teoria e prática, ciência e eficácia, análise crítica e investigação rigorosa, obtida através de processos considerados neutros e objetivos, porque enquadrados numa lógica positivista submetida à hegemonia do discurso da ciência “moderna” e da sua carga argumentativa.

Grande parte dos fenómenos analisados no contexto das ciências sociais encontra-se vinculada à existência física do homem e visa a procura da satisfação das suas necessidades. Tais fenómenos, entre os quais se consideram os turísticos, defrontam-se com limitações de recursos. O seu estudo obriga a uma tomada de consciência das suas potencialidades e limitações, assim como a uma planificação das metodologias de trabalho e a uma clarificação das questões de investigação, tendo em vista a produção de um conhecimento científico inovador, rigoroso e socialmente relevante.

O nosso entendimento do trabalho científico neste domínio leva-nos a enfatizar a necessidade de ultrapassar os limites de um conhecimento parcelar e a procurar uma perspetiva mais abrangente e complexa do social. Neste sentido, queremos acentuar a necessidade de superar uma certa visão do social, já que a sua abordagem parece padecer da grande limitação de que o ponto de vista do “social” apenas se revela interessante e fecundo, para o trabalho de natureza científica, se o mesmo conduzir a resultados que justifiquem o investimento efetuado e for portador de significado ou for relevante para o futuro.

Conscientes de que o trabalho científico não se reduz a conexões objetivas entre “coisas”, incluindo igualmente interações e conexões conceptuais, partimos para esta marcha tendo em vista descobrir relações/conjeturas/hipóteses/perspetivas. Só quando se problematiza e se aborda uma nova questão de investigação com o auxílio de um método novo, de ferramentas e objetivos inovadores, é que se abre o caminho para a descoberta de outras “verdades” e de outros “sentidos”, do mesmo modo que se poderão abrir novas orientações que poderão traduzir-se em mais um passo em direção a novos conhecimentos num domínio científico emergente. O Turismo insere-se numa área pré-paradigmática, não tendo ainda conseguido gerar um consenso em torno do seu objeto de estudo, uma vez que não dispõe de um corpo de conhecimentos independente e autónomo, animado por uma dinâmica própria. Assim contextualizado, o Turismo tende a constituir-se como uma ciência leve (*soft*) e com fronteiras pouco delimitadas, para onde confluem vários saberes e onde diferentes disciplinas se entrecruzam. Importa, por isso, acrescentar valor ao conhecimento disponível, reunir contribuições e progredir no sentido de proporcionar a esta área a constituição de um corpo de conhecimentos interdisciplinares que permitam o seu desenvolvimento e a sua afirmação no contexto científico.

Palavras-chave: Epistemologia; Crítica; Ciência; Investigação; Turismo.

Abstract

This paper aims at evincing the need for a new and accurate reflection upon a number of epistemological implications of tourism research. Principles for the construction and production of knowledge in tourism are also established, in which the commonly accepted opposition between

theory and practice, science and *scientifism*, criticism and interpretation is highlighted, as a result of using objective theoretical methodological processes (i.e., positivist processes), that derive from the hegemony and argumentative weight of modern science.

A significant number of the phenomena studied in the context of social sciences is bound up with the physical existence of Man and aims at fulfilling his needs. These phenomena, among which the *tourist* phenomena can be found, are confronted with resource constraints. Analysing it demands work and research methodologies to be carefully outlined so that their interpretation may be clear and their meaning and comprehensiveness may be accessible to social science.

Our understanding of scientific work points to the need to overcome the risk of biased perspectives by attempting to expand it to a *General Science of the Social*. However, this approach seems to be constrained by the fact that, in terms of scientific issues, the “social” perspective will only appear to be interesting and fertile, if imbued with a special significance that will determine its analysis and allow its future success.

Being aware of the fact that scientific work is underpinned, not only by objective connections between “things”, but also by conceptual connections between problems, was an important feature of our journey towards finding relations /conjectures / doubts / and perspectives. New organizational orientations may emerge only when a new problem is studied with the help of a new method, tools and innovative goals, targeting other “truths” and “meanings”. This will be a new step towards a new scientific field or even the emergence of a new “Science”. Tourism is part of a pre-paradigmatic field where consensus has not been reached yet, as it is not supported by an autonomous and independent body of knowledge with its own dynamic. In this context, Tourism tends to assume itself as having a distinctive nature (an essence), emerging as a soft and infinite science, in which different disciplines intersect in order to create a body of interdisciplinary knowledge that will result in the emergence of the new paradigm.

Keywords: Epistemology; Criticism; Science; Research; Tourism.

1. INTRODUÇÃO

Dedicar um artigo à explicitação do processo de produção de conhecimento científico em Turismo pareceu-nos um desafio importante. Na orientação de tão vasta tarefa, propomo-nos dar especial atenção aos paradigmas que estão na base da investigação que vem sendo realizada nesta área, aos métodos que nela são utilizados, bem como aos modelos explicativos que nela predominam. Salientamos ainda algumas das dificuldades associadas à definição do conceito de *Turismo*, problematizamos o seu estudo e sugerimos pistas para desenvolvimentos futuros. A leitura do artigo *L'enchantement du monde touristique* (Réau, 2007) relembra um olhar sobre o simbólico e o (co)construído, um olhar retrospectivo (*sense-making*, Weick, 1995), que procura compreender o modo como as pessoas se relacionam com o *Turismo*, como pensam, como criam o conhecimento a partir da experiência e como usam este conhecimento para se organizarem a si próprias e aos outros (Strati, 1999), o que se reflete nos *paradoxos da gestão* e, paradoxalmente, na *gestão dos paradoxos* do desenvolvimento turístico.

A ilusão da descoberta, preferencialmente a milhares de quilómetros de distância, tão mais deslumbrantes quanto mais exóticas forem as fotografias e as imagens dos locais visitados, permite questionar se o centro de atenção tem sido o *Turismo* ou se o interesse é a globalização,

mundialização, a promoção do desenvolvimento económico ou a confirmação de uma marca de mercado ou *política*.

A visão mais comum e reconhecida do estudo do *Turismo*, ou seja, o campo onde ganhou legitimidade académica, realça as dimensões do planeamento e ordenamento do território, a económica e, nos últimos anos, a dimensão social ou de desenvolvimento local. Como a produtividade aumentou o tempo livre das pessoas, o lazer passou a ser integrado no processo de crescimento económico, continuando a ser este, na maior parte das vezes, o verdadeiro foco da investigação. Daí a legitimidade da associação do Turismo a uma “indústria”, geradora de desenvolvimento económico, visto o lazer constituir uma variável fundamental do processo produtivo, sem a qual a produção e a qualidade da mesma tende a diminuir. No entanto, a questão mantém-se: será que podemos abordar o Turismo na perspetiva do Lazer, quando o consideramos o objeto de estudo?

Outra tentativa de credibilizar cientificamente o Turismo relaciona-se com a quantificação de dados da atividade turística, tornando-o uma das áreas na qual a explicação dos fenómenos turísticos se traduz num conjunto de números infidáveis que, pretensamente, explicam, retratam e produzem conhecimento o objeto de estudo. Talvez por isso, nem sempre se compreenda por que o investimento económico realizado não gera o retorno económico desejado, ou este não é visível nos dados quantitativos que resultam da sua análise. O retorno económico pode ser, por vezes, uma forma política de atingir outros objetivos, nomeadamente o de reforçar e de valorizar as virtudes do turismo, seja pela recuperação do património, seja pela preservação ambiental, seja pelas “escapadelas” que permitem revigorar as forças de quem produz. Mas, apesar de todos estes argumentos serem muito importantes e de corresponderem a uma convicção partilhada ou a uma verdade consensual, não deixa de ser o “olhar” de uma elite que promove, implementa, desenvolve e usufrui do Turismo. Aliás, uma das condições para o bom funcionamento do mercado do Turismo é que este não se encontra alinhado diretamente só com razões comerciais ou mercantis imediatas, porque quem realiza a ação de o “comprar” não o faz por motivos associados a preocupações de desenvolvimento económico, mas, principalmente, por motivações intrínsecas de bem-estar, lazer e descoberta, entre outros. Continuamos, assim, em presença de preocupações, necessidades ou expectativas próprias de uma elite. Neste contexto, o turista “tipo” assume a forma de um ator económico que permite definir produtos e destinos, em suma, tipos de práticas diferenciadas, normalmente definidas pela visão cultural do país a que pertencem.

Colocando o Turismo noutros termos, ou seja, como algo que produz uma relação encantada, de deslumbramento perante o mundo, no contexto de uma transação comercial, permite observar uma outra realidade: conseguir levar as pessoas a evadirem-se da vida diária, de forma a refazerem as forças que lhes permitam retomar as funções que exercem na cadeia produtiva. O centro de estudo afigura-se simples e complexo, daí paradoxal, porque permite salientar o que se esconde, ou seja, a relação comercial entre quem “vende” e quem “compra”, a evasão da vida do dia-a-dia, de quem procura e de quem oferece o sonho, o lazer.

Esta perspetiva do Turismo encerra a gestão de duas dimensões aparentemente paradoxais, concretizadas na aquisição de algo material (um produto) que representa a ilusão da apropriação de um bem simbólico. O turista compra, regra geral, um produto virtual num catálogo, a partir de imagens e de informação, mas o que o impele à ação de comprar é a realidade (co)construída estabelecida na transação comercial entre quem compra e quem vende.

Para Santos (1999), a validade “prática” de uma teoria não está na sua plenitude formal ou na sua aparente falha de senso comum, mas sim na convergência com a realidade, dito de outro modo, na capacidade que a teoria tem de orientar a nossa ação de forma eficaz. Então, integrar conhecimento para intervir ou gerar conhecimento através da intervenção assemelha-se a duas faces de uma mesma moeda, se aceitarmos o pressuposto de Kelly (1955) de que, tanto ao nível individual como coletivo, todos procuram atribuir um sentido à sua realidade envolvente, ainda que os significados emergentes possam resultar das representações cognitivas dos diferentes membros sobre o que está “em jogo” ou dos constructos subjacentes aos *sistemas cognitivos* (Weick, 1979) de todos os elementos que interagem o “mapa” cognitivo que descreve ou representa um dado “território”, já que para se orientar no território é um mapa que o turista utiliza.

O que deste ponto de vista se pretende evidenciar é a diversidade das situações estudadas, realçando a *multiplicidade dinâmica* (Thatchenkery, 1996) presente numa simultaneidade discursiva em cada um dos contextos que permite a sua continuidade, a sua mudança e a sua transformação. Parte-se, assim, da explicitação das *teorias implícitas* (Downey e Brief, 1986), o que permite dotar os diversos atores de novas informações conducentes a outras leituras dos problemas, das regras em vigor, das coligações dominantes e das alternativas desejadas e desejáveis, podendo contribuir para facilitar a introdução de mudanças, ainda que as alterações introduzidas nos territórios possam permitir a continuidade da existência da ambiguidade entre o discurso e o comportamento, ou a distância que metaforicamente separa o mapa do território.

São diversos os paradigmas de investigação, os modelos explicativos, bem como as metodologias, e mais complexa ainda a conjugação dos constructos teóricos em planos de investigação fiáveis e credíveis, aos olhos da comunidade científica. Nessa descoberta, nesse movimento de ir e vir, produzir conhecimento científico significa realizar uma série de aproximações conceituais, de modo a compreender o objeto de investigação (*Turismo*) em toda a sua dimensão e movimento.

A tentativa de explicação do real a partir da formulação de questões relevantes, analisadas de forma rigorosa, assim como a vontade de não gerar um estudo irrelevante condenado ao esquecimento no fundo de uma biblioteca, justificou este percurso aparentemente desligado do cerne do trabalho que nos propusemos realizar, mas que permitiu uma abertura à crítica, ao debate de ideias e de perspetivas, substituindo as orgulhosas vestes académicas por um traje humilde e desprezioso, necessário à descoberta e à atribuição de sentido à realidade em estudo.

Assim, para levar avante tal tarefa, na dimensão pessoal e científica, deparámo-nos com a inevitabilidade de refletir sobre diferentes formas de produzir conhecimento, sobre os paradigmas em que se apoia a comunidade científica, bem como sobre os caminhos a percorrer e os métodos a utilizar, tarefa a que nos propusemos, para nos ajudar a conduzir a explicitação do conceito em análise.

2. PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

Enfatizando a questão do Turismo como uma relação comercial em que são transacionados desejos, informações e expectativas, mediante a materialização de produtos turísticos, que implicam uma relação negocial, a produção de conhecimento atenta às interações discursivas (Ferreira, 2001) afigura-se como um desafio para a investigação em Turismo, na medida em que contrasta com uma perspetiva mais tradicional sobre o que é ciência e como esta deve ser conduzida.

Podemos partir da definição clássica de Durozoi (1996), partilhada pela maioria da comunidade científica, que reconhece como ciência a produção de todo o conhecimento racional, contraposto a opinião ou conhecimento imediato, que é elaborado a partir da observação, do raciocínio ou da experimentação e que visa a descoberta ou a explicitação das leis que regulam os fenómenos em estudo, bem como a sua reunião em teorias ou modelos explicativos desses fenómenos. Dito de outro modo, fazer ciência não é mais do que produzir conhecimento acerca de um determinado objeto de estudo, apoiando-se na utilização sistemática de um método previamente definido e nas técnicas de investigação que lhe estão associadas. Contudo, consoante nos situemos no campo das ciências exatas ou no campo das ciências sociais, a definição do que é ciência nem sempre surge de forma evidente ou consensual. Se, para as primeiras, é genericamente aceite que ciência é um sistema ordenado e coerente de proposições ou enunciados baseados num pequeno número de princípios, cuja finalidade é descrever, explicar e prever do modo mais completo possível um conjunto de fenómenos, identificando as leis necessárias à sua compreensão, para as segundas, a especificidade do seu objeto dificulta a transposição dos resultados obtidos em leis genéricas e aplicáveis a todas as situações, ainda que sujeitas às mesmas condições experimentais.

Neste contexto, coloca-se-nos a pergunta: será que podemos adoptar as mesmas noções de ciência quando nos situamos no domínio das ciências exactas ou quando formulamos questões de investigação no campo das ciências sociais? Qual o papel que pode ser atribuído às ciências sociais quando estas visam contribuir para o conhecimento científico?

3. PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

Não sendo nossa intenção apresentar uma revisão exaustiva da história da ciência, sintetizamos o âmago da questão numa ideia que se nos afigura como central e que percorre a revisão da literatura efectuada: o foco da discussão sobre o que é ciência. Assim, o que diferencia as ciências naturais das ciências sociais ou humanas centra-se na definição do objecto de estudo de cada uma delas.

Este conflito associado à definição do conceito de “ciência” acompanha as profundas transformações sociais ocorridas nos séculos XVIII e XIX, caracterizadas pela ascensão da burguesia e conseqüente predomínio da produção industrial sobre a organização feudal. O papel do “homem” social e cognoscente, bem como a relação estabelecida por este com os objetos que o rodeavam, legitima a rutura com as concepções metafísicas e religiosas, rejeitando todos os pressupostos anteriores e lançando as novas bases para a produção do conhecimento. É assim que surge a valorização do facto, da experiência e da prova científica dos fenómenos estudados. Esta corrente ficou conhecida como positivismo e, ainda hoje, influencia grande parte da produção do conhecimento científico.

Abordar o positivismo implica necessariamente referir Augusto Comte, principal expoente do positivismo em França, já que desde os seus primeiros escritos revela uma rejeição profunda pela metafísica e por toda a ciência que não se oriente pelos factos e pela prova científica dos fenómenos sociais (Silva, 2010). Segundo Comte, ciência é a forma de conhecimento que: *a) se caracteriza pela certeza sensível de uma observação sistemática e pela certeza metódica que garante o acesso adequado aos fenómenos observados; b) relaciona os fenómenos observados a princípios que permitem combinar as observações isoladas; c) investiga os fenómenos procurando as suas relações constantes de concomitância e sucessão, isto é, as suas leis; d) é capaz de prever e controlar os fenómenos para a construção da sociedade positiva* (Gomes, 2000, p. 13).

O paradigma positivista ganha força ao abraçar os critérios de objetividade e neutralidade, próprios do modelo científico das ciências naturais. Assim, o conhecimento científico não se pauta por juízos de valor, nem por interpretações que não decorram de uma objetiva e neutral recolha de dados, dados esses passíveis de serem alvo de tratamento estatístico, devido à sua natureza quantitativa (Gamboa, 1989). De acordo com o paradigma positivista, o que importa é a procura das causas dos fenómenos, a explicação dos factos pelos seus condicionantes e antecedentes, sendo que a fonte do conhecimento é o próprio objeto. Não podemos deixar de referir que, nesta tentativa de objetivação do real, não se elimina, na totalidade, a aparente subjetividade inerente à condução do processo de investigação científica que se apoia inevitavelmente no estudo de algo observado pelo investigador, o que condiciona o que se capta, aquilo a que se dá atenção, o que se valoriza e as relações que se estabelecem entre os fenómenos. Esta questão assume particular importância quando se pretende produzir conhecimento através do estudo de um objeto que resulta de interações discursivas e de posições de negociação entre um conjunto de atores, por vezes a milhares de quilómetros de distância, e cujas representações culturais e sociais, se não antagónicas, são seguramente muito diferentes.

De facto, os princípios em que se baseia o pensamento positivista, designadamente, a crença de que existem leis ou princípios universais e permanentes que representam relações causais unidireccionais, bem como a crença de que existe apenas um método verdadeiramente científico para analisar essas relações, são abertamente questionadas por alguns investigadores no campo das ciências sociais (Guba e Lincoln; 1994; Walker, 1993).

Em resposta às crescentes críticas de que foi sendo alvo, o positivismo foi sendo repensado e fortaleceu-se nos anos 20 com o positivismo lógico de Bertrand Russell e, mais tarde, com o raciocínio hipotético-dedutivo e com as unidades do método de análise (Ribeiro, 2007). Estes desenvolvimentos foram novamente criticados por vários cientistas sociais, abrindo caminho à emergência de novos paradigmas para a construção do conhecimento e dando origem a novas epistemologias, tais como o pós-positivismo, a teoria crítica, o construtivismo e o cognitivismo. Entre os pressupostos partilhados por estas novas correntes epistemológicas está a afirmação de que existe uma pluralidade de métodos e de que cada um destes métodos tem a sua validade própria, determinada pela situação específica em que é aplicado e pelo tipo de conhecimento que é procurado (Harvey e Myers, 1995).

A título de exemplo, consideremos o processo de tomada de decisão nas organizações, na ótica da teoria do cognitivismo organizacional proposta por Cyert e March (1963). Esta baseia-se em duas grandes premissas: a de um *corpus* de categorias exaustivas e a das relações que estabelecem. Central para esta teoria é a análise do processo de tomada de decisão nas organizações, conduzido em termos de objetivos, de expectativas e de escolha que as organizações efetuam. Os objetivos numa organização mudam à medida que a coligação dominante é modificada pela entrada e saída dos seus membros, sendo considerados estratégicos e fundamentais ou problemáticos consoante a representação que deles fazem quem detém o poder. A escolha organizacional é influenciada pela definição do problema, pelas regras de decisão padronizadas, pela ordem na qual estas são consideradas pela componente da organização que decide entre as alternativas aceitáveis em termos dos objetivos que a própria organização definiu (Strati, 1999).

Ainda relativamente ao cognitivismo organizacional, podemos salientar a importância da análise centrada sobre a construção pessoal de eventos e do seu significado. Tendo por base a teoria do constructo pessoal de Kelly, este método de análise foi desenvolvido para representar modos de

atribuição de significado, tanto individuais como coletivos (Strati, 1999). Kelly parte da premissa de que todas as pessoas procuram atribuir um sentido ao mundo que as rodeia (Fransella, 2003).

Uma outra contribuição que aponta no mesmo sentido é constituída pelas teorias implícitas da organização (Downey e Brief, 1986). Neste contexto, a ideia central é a de que todos os membros de uma organização desenvolvem suposições e apresentam explicações sobre o seu modo de ser. As teorias implícitas constituem, assim, mecanismos cognitivos que traduzem em comportamentos a estrutura organizacional.

A conclusão principal no que se refere à contribuição do cognitivismo para os estudos organizacionais pode ser resumida na ideia de que *os elementos que mantêm a organização coesa são os mais ocultos ou remetem para o tácito ou implícito* (Strati, 1999). Por outras palavras, a *cola* da organização é a ambiguidade (Cohen e March, 1974). Uma vez mais, porém, a questão é como lidar com a ambiguidade na organização, como estudá-la e como extrair o seu significado (Gherardi, 1995).

Argyris e Schön (1978) foram os primeiros autores a propor a utilização de mapas cognitivos para intervir nas relações organizacionais, tendo por objetivo fornecer apoio aos seus membros. Os autores veem a organização como um artefacto cognitivo feito de representações individuais e de mapas nem sempre coincidentes com os que são públicos e oficiais. Os membros de qualquer organização usam dois tipos diferentes de mapas para orientar a sua ação no contexto organizacional: mapas *expostos*, que são muitas vezes publicados em documentos públicos e oficiais; e mapas *em uso*, aqueles que na verdade são utilizados na interação quotidiana. Teorias abertas ou declaradas proporcionam um enquadramento com o qual os atores organizacionais justificam as suas ações, caso elas sejam questionadas. Mas são as teorias-em-uso que guiam o trabalho na organização. Os mapas-em-uso são constantemente reconstruídos através de elaboração cognitiva a nível individual, constituindo o resultado do esforço de cada membro para se posicionar dentro da organização, ajustando-se continuamente às mudanças provocadas por este mesmo esforço de elaboração cognitiva. Estes mapas são muitas vezes deixados implícitos, tanto por não serem visíveis para os outros membros individuais, como pela sua incongruência em relação aos mapas abertos e oficiais, o que é percebido como uma ameaça potencial. Trazê-los à luz do dia não só ajuda a dar uma forma organizacional à dificuldade (problema), que por vezes obriga ao recurso a consultores, como vai proporcionar uma ideia preliminar das mudanças que podem ser necessárias e sobre o modo como as levar a cabo.

Intervenções que utilizam a abordagem desenvolvida por Argyris e Schön tomam a forma de eventos de *aprendizagem na ação* (Revans, 1982). Os membros aprendem a conhecer a sua organização e são deste modo capacitados para produzir mudanças. A ênfase é colocada no processo de aquisição de conhecimentos e não no seu produto, através de entrevistas, reuniões de grupo e do estudo pelos participantes de casos particularmente significativos com resultados positivos ou negativos. É este o ponto específico que nos orienta: como produzir conhecimento? Como lhe atribuir sentido?

Também do ponto de vista epistemológico, já o método fenomenológico ressaltava a capacidade de interpretação e reflexão do pesquisador sobre o fenómeno que é objeto de seu estudo. A conceção de ciência aqui presente baseava-se na compreensão dos fenómenos nas suas diferentes manifestações, desvendando-os nos seus mecanismos essenciais. A subjetividade, portanto, era considerada um elemento fundamental e a interpretação do objeto, garantida no rigoroso processo da

passagem da experiência fenoménica à sua compreensão, realizava-se através do resgate do todo implícito no fenómeno.

O método fenomenológico através do distanciamento crítico perante as metodologias baseadas no experimentalismo, foi por isso sendo apresentado como uma alternativa específica no processo de criação do conhecimento, fundado numa visão existencialista do homem, considerando-o um ser inacabado e de relação com o mundo, dotado da capacidade de interpretação que lhe permite desvendar o fenómeno apreendendo a sua essência.

Uma outra conceção de ciência surge associada ao pós-positivismo, à teoria crítica e ao construcionismo (Gergen, 1982), assim como a uma visão da realidade que incorpora o contributo da análise levada a cabo por Marx. Neste contexto, tem como questão de fundo a crítica à visão estática da realidade assumida por outras linhas de pensamento (positivismo e fenomenologia), uma vez que estas escondem o carácter dinâmico e histórico da mesma. Neste sentido, a investigação pelo seu teor crítico, preocupa-se em desvendar as contradições apresentadas pelo real, expressas no conflito de interpretações e de interesses, para então propor formas de superação, no sentido de transformar essa realidade, resgatando a sua dimensão histórica. Do ponto de vista epistemológico, estas correntes de investigação fazem incidir a sua atenção sobre a lógica interna do processo e sugerem métodos que permitam desvendar a dinâmica e as contradições dos fenómenos, enfatizando a importância da relação homem/natureza, reflexão/ação e teoria/prática.

4. PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO E DISCURSOS

O facto de muitas vezes se falar de ideologia no singular não significa que em todas as sociedades não haja uma pluralidade de sistemas ideológicos que se ocupam da codificação do real, presentes e ausentes nos discursos e nos diversos significados que lhe são atribuídos. Por outro lado, embora se procure compreender ideologias dominantes e ideologias dominadas, são as ideologias dominantes, ligadas aos blocos de poder, que diretamente retêm a nossa atenção. Assim, podemos afirmar que as diversas formações científicas que coexistem num dado momento estão articuladas de uma forma específica com as ideologias em vigor, de tal maneira que as práticas concretas de investigação, bem como os respetivos produtos, não são puramente teóricas, antes faz sentido que as mesmas sejam concebidas como podendo conter ideologia e teoria e admitir que uma destas possa ser predominante.

A progressão do conhecimento implica, assim, genericamente, uma demarcação relativa ao campo ideológico de partida, a tomada de consciência da sua redução localizada, a negação e a superação das problemáticas que o caracterizam. Desmontar os pressupostos espontâneos que tendem a impor-se como evidências na representação das relações imaginárias dos indivíduos com as suas condições reais de existência, desconstruir as falsas transparências do senso comum mais ou menos elaborado que se auto designa como conhecimento, tais são as tarefas iniciais, e sempre recomeçadas, que os processos científicos impõem.

No âmbito dos processos específicos de produção de conhecimento, a epistemologia enuncia e denuncia os obstáculos que tendem constantemente a reintroduzir o ideológico no científico. E, para o conseguir, localiza-se no interior e no exterior destes processos. A reflexão-intervenção sobre as práticas científicas, em todas as suas operações e fases, funciona como um sistema de vigilância e de controlos que também se exerce sobre a metodologia. Segundo Boudon (1965, p. 4), a

metodologia é a arte de aprender a descobrir e analisar os pressupostos e processos lógicos implícitos da investigação, de forma a pô-los em evidência e a sistematizá-los.

Os diversos métodos permitem-nos organizar as práticas de investigação e centrar-nos sobre as operações propriamente técnicas da investigação. A função do método, numa formação científica, consiste essencialmente em operar a seleção das técnicas de investigação a aplicar, por referência ao objeto e à teoria que o constrói, em determinar-lhe os limites e as condições úteis do seu exercício, em relacionar e integrar os resultados obtidos. Por isso, se pode dizer que o conjunto de procedimentos constitutivos de uma técnica de investigação tem de ser, de algum modo, reinventado cientificamente de cada vez que a sua utilização é requerida (Almeida, 1975).

Os resultados parciais que o processo vai gerando podem referir-se a conhecimentos diretamente relacionados com o objeto, quer a elementos por assim dizer processuais, que a prática da investigação impõe, em função do próprio objeto que se constrói. Poderão ser, portanto, elementos de natureza concetual que vão sendo incorporados na teoria em formação ou novos conceitos que essa teoria envolve no próprio processo da sua constituição.

Tanto a epistemologia como a metodologia desempenham um papel crítico em relação às práticas concretas de investigação, à medida que estas se desenrolam. Daqui resulta a impossibilidade de um discurso geral, do ponto de vista epistemológico, ou de um discurso geral de método, no sentido de uma proposta que se traduza num conjunto de receitas destinadas a promover a garantia da cientificidade. O que define o papel da epistemologia é o ponto nodal entre a articulação do conhecimento com a construção das formações sociais como totalidades articuladas de estruturas e práticas. Para Foucault (1969, p. 243), *abordar o funcionamento ideológico de uma ciência para o revelar e para o modificar não consiste em voltar aos fundamentos que a tornaram possível e a legitimaram: consiste em repô-la em questão como formação discursiva; consiste em abordar, não as contradições formais das suas proposições, mas o sistema de formação dos seus objetos, dos seus tipos de enunciados, dos seus conceitos, das suas opções teóricas. Consiste em retomá-la como prática entre outras práticas.*

Como já referimos, o investigador reflete na investigação a sua visão do mundo, das relações em que está envolvido, bem como os pressupostos teóricos e metodológicos que o orientam na abordagem do objeto em estudo. Assim, defrontámo-nos com diferentes paradigmas e o objetivo que presidiu à presente tentativa de síntese foi, somente, o de enfatizar a ideia inicial, ou seja, explicitar as variáveis em presença na relação negocial entre os atores turísticos e tentar acrescentar um outro olhar ao conhecimento produzido na análise das interações discursivas, implícitas ao desenvolvimento do Turismo.

A revisão da literatura efetuada em várias áreas de investigação tem mostrado que a perspetiva positivista tem sido dominante (Orlikowski e Baroudi, 1991). Por isso, a emergência da investigação-ação como uma linha de investigação com uma orientação distinta continua a ser objeto de controvérsia, sendo fortemente criticada pelos que defendem uma perspetiva positivista na investigação. Segundo Reason (1993, 1994), aumentar a credibilidade da investigação-ação, acentuando a sua capacidade de ultrapassar as limitações impostas pelo positivismo, poderá contribuir para legitimar um discurso no qual investigação-ação e positivismo acabem por emergir como orientações em oposição e com resultados contraditórias. Este ponto de vista tem levado a que muitos investigadores se sintam na obrigação de se colocarem de um ou de outro lado da “barricada”,

formando “comunidades” científicas ou originando contextos de investigação que poderão não ser os mais adequados a uma eficaz produção e difusão do conhecimento científico (Heller, 1993).

Para melhor entender o que é nuclear nesta discussão e o que distingue as posições e os argumentos em presença, importa analisar o positivismo como uma linha de pensamento distinta, uma vez que a investigação-ação é geralmente vista como estando em oposição à referida linha de pensamento (Kock e Corner, 1996; Kock, 2000). De facto, alguns dos pressupostos em que assenta o positivismo – como a crença de que existem leis ou princípios universais e permanentes que representam relações causais unidireccionais e a crença de que existe apenas um método verdadeiramente científico para analisar essas relações – são clara e abertamente questionadas por diversos autores que se situam na linha da investigação-ação (Argyris, Putnam e Smith, 1985; Argyris e Schon, 1989; Brewer e Hunter, 1989; Kock, McQueen e Scott, 2000; Rowell, 2006; Walker, 1993). O positivismo foi em muito influenciado pelo pensamento cartesiano, tendo-se apoiado na lógica das ciências naturais e em métodos que recorriam à matemática para explicar e compreender o mundo, de uma forma fiável, sem enviesamentos, que não estivesse afetada pelas imperfeições dos órgãos sensoriais. Esta corrente desenvolveu-se e dominou o pensamento científico até à primeira metade do século XIX, altura em que a percepção de que os indivíduos não existem isolados e só podem ser compreendidos dentro de um contexto cultural e social ganhou força, dando lugar ao aparecimento de um novo modo de pensar a ciência e de formular questões de investigação. O positivismo foi ainda alvo de severas críticas por parte de vários cientistas sociais que abriram o caminho à emergência de novos paradigmas de construção de conhecimento e de novas epistemologias, tais como o pós-positivismo, a teoria crítica e o construcionismo (Gergen, 1982). A discussão em torno dos pressupostos e paradigmas partilhados por diferentes correntes epistemológicas deu lugar ao surgimento de uma nova posição que advoga a possibilidade e a legitimidade da pluralidade e da simultaneidade de métodos, cada um com a sua validade própria, determinada pela situação específica em que é aplicado e pelo tipo de conhecimento que por ele é gerado (Gergen, 1978, 1998; Harvey e Myers, 1995).

Numa perspetiva de investigação-ação, o objetivo não é experimentar, mas procurar estabelecer relações (correlacionais e/ou causais) entre variáveis, em situações em que a aprendizagem e a mudança decorrem naturalmente das intervenções. Colocada a questão nestes termos, a investigação-ação surge como uma estratégia de investigação e de intervenção mais plausível e aceitável; os seus contornos começam a ser definidos e clarificados. De facto, se a sua vulnerabilidade científica está associada a uma menor capacidade de descobrir leis causais em contextos controlados e passíveis de serem testados, a sua capacidade para lidar com fenómenos complexos e para se debruçar sobre relações não deterministas mas circulares ou recíprocas vai sendo progressivamente salientada e reconhecida.

Desta discussão ressalta que a investigação-ação não é o oposto ou o reverso do positivismo. Enquanto este remete para uma epistemologia ou uma linha de pensamento distinta, aquela constitui uma estratégia de investigação, elaborada a partir de um projeto de intervenção, a que se associa a análise e a reflexão. Visando ilustrar a estratégia aqui referida, passaremos à apresentação duma análise que consideramos relevante. Cooperrider e Srivastva (1987, 2000) apresentam-nos uma modalidade de análise organizacional que designaram de *appreciative inquiry*, diferenciando-se de outras perspetivas de investigação-ação mais conhecidas e que coloca a ênfase na inovação e não tanto na capacidade de resolução de problemas. O que vem sendo chamado *appreciative inquiry* (Cooperrider, Whitney e Stavros, 2003) constitui uma perspetiva de investigação que se propõe como

objetivo descobrir, compreender e fomentar inovações nas atividades e processos organizacionais, constituindo uma corrente de investigação sobre mudança.

A abordagem proposta visa utilizar o conhecimento para promover um diálogo igualitário que conduza à eficácia e à integridade organizacional. Neste contexto, eficácia organizacional é definida de uma forma muito específica: congruência entre valores organizacionais (conjunto de valores, normas, ideias e interesses - que nunca mudam e que os membros preservam - relativos à questão “como é que nos devemos organizar?”) e práticas organizacionais observadas no quotidiano. O *appreciative inquiry* remete para uma procura de conhecimento e para uma forma de teorização que incide sobre a ação coletiva intencional, ao mesmo tempo que visa ajudar a criar uma visão normativa e uma vontade coletiva, quer se trate de um grupo, de uma organização ou de uma sociedade considerada como um todo. Trata-se de um processo de investigação que afirma as nossas capacidades simbólicas e estimula a nossa capacidade inventiva, bem como as nossas capacidades sociais, tendo em vista expandir as nossas potencialidades, facilitar as nossas escolhas conscientes e contribuir para a nossa evolução cultural. Nesse sentido, coloca uma série de questões que não se enquadram numa visão positivista da ciência ou numa forma de investigação-ação estritamente pragmática, orientada para a resolução de problemas. Contudo, os seus objetivos são, ao mesmo tempo, científicos (numa conceção construcionista ou socio-racionalista de ciência) e pragmáticos (num sentido de inovação social), bem como normativos (no sentido em que procuram afirmar tudo aquilo que a existência social realmente é, o que pode ser e o que deve ser ou em que se deve transformar), orientando-se por alguns princípios ou propondo orientações, de que destacaremos os seguintes:

1) A investigação que visa promover o potencial de inovação deve começar por destacar o que é digno de apreço (dá o nome e o sentido a atribuir a “apreciativo”). Mais do que as falhas, discrepâncias ou deficiências, importa reter e salientar o que o sistema faz e o que pode fazer. Por outras palavras, a ênfase recai sobre o que o sistema já faz e faz bem, incentiva-o a fazer o que sabe fazer bem, concentra-se sobre o que pode fazer melhor e a tirar partido do que faz melhor do que ninguém. Segundo os autores, qualquer sistema social “trabalha” num determinado grau de entropia e a primeira tarefa do investigador consiste em descobrir, descrever e explicar as inovações sociais que, apesar de pequenas, servem para dar vida ao sistema e para ativar as competências e energias dos seus membros, enquanto atores que participam na construção e transformação das realidades organizacionais. Isto significa que o que designam por abordagem “apreciativa” parte do que existe, de “o que é”, e procura uma compreensão dos fatores e das forças da organização que servem para evidenciar o seu potencial e encaminhá-la para um outro tipo de organização, próximo do que seria o ideal em termos sociais e que, por isso, poderia e deveria ser digno de apreço.

2) A investigação que tem em vista elevar o potencial da vida organizacional deve ser aplicável. Para ter significado, a ciência deve gerar conhecimentos e elaborar teorias que possam ser utilizados ou aplicados e, conseqüentemente, validados através da ação. Assim, um processo de investigação que gera conhecimentos utilizáveis e aplicáveis não deve ser entendido como algo de utópico nem deve estar limitado ou circunscrito a círculos académicos ou ser apresentado de uma forma que seja pouco relevante para o entendimento comum, para a linguagem quotidiana ou para aqueles a quem os conhecimentos possam ser úteis.

3) A investigação que se ocupa do potencial social da vida organizacional deve gerar “desassossego”, ou seja, “incomodar” ou “provocar”. Porque uma organização é um sistema aberto e indeterminado, é capaz de se tornar em algo mais do que aquilo que num determinado momento é;

pode aprender a tomar parte ativa na sua própria construção e evolução. Assim, o conhecimento “apreciativo” enfatiza “o que é” e aponta para “o que poderia ser”. Nesse percurso, o conhecimento gerado pode expandir a capacidade inventiva e dar origem a imagens de oportunidades de desenvolvimento realistas, que poderão ser experimentadas numa escala mais alargada. Concebido nestes termos, o *appreciative inquiry* é pragmático e visionário. Pode ser “provocatório” ou incentivador, na medida em que os conhecimentos gerados por um determinado estudo acrescentarem valor e forem assumidos pelos membros da organização como um normativo que só acontece porque resulta de uma escolha que fazem. Desta forma, o *appreciative inquiry* pode contribuir para ajudar os membros de uma dada organização a modelarem o mundo em que vivem e em que trabalham, construindo-o de acordo com os seus próprios objetivos e valores.

4) A investigação direcionada para o potencial da vida organizacional deve ser cooperativa. Este princípio evidencia a existência de uma forte relação entre o processo de investigação e o seu conteúdo; uma relação que no contexto da abordagem apreciativa é claramente assumida e, de forma argumentada, é explicitada e defendida. A relação de cooperação entre investigador e membros da organização estudada é, aqui, encarada como essencial, tanto por razões de ordem epistemológica, como por razões de ordem prática e ética (Argyris, 1970; Habermas, 1971; Susman e Evered, 1978).

A seleção de um ou de outro método constitui um risco que o investigador assume. Risco aqui assumido e baseado na convicção de que:

1) o apreço a que o *appreciative inquiry* se refere e que nele está contido representa um complemento viável às formas convencionais de investigação-ação, sendo mais adequado para a inovação social do que para a resolução de problemas;

2) através da escolha metodológica (e de tudo o que a elas está ligado) que efetuamos, bem como dos pressupostos que adotamos e assumimos, acabamos por criar o mundo (*enacted reality*) que mais tarde descobrimos.

Neste enquadramento, vale a pena realçar o que acrescenta e nos propõe Thatchenkery (1996) quando nos apresenta a Metáfora de *Tamara* e a Metáfora de *Maya-Leela* para explicar a multiplicidade simultânea e dinâmica presente na análise dos discursos. Boje (1995), a propósito da multiplicidade, fala-nos das histórias organizacionais que narram a vida da organização (*Stories of the Storytelling Organization*) inspirando-se numa peça de teatro (*Tamara*) cuja técnica de representação se caracteriza pela presença de uma estrutura multidimensional e por uma multiplicidade dinâmica. As várias personagens vão contando as suas histórias à medida que vão andando de divisão em divisão e o público segue as personagens que entende ou melhor, segue a história que mais lhe interessa. Esta peça era composta por doze palcos e por doze personagens criando 726 discursos simultâneos em movimento. Nenhum espectador consegue seguir todas as histórias a não ser que assista várias vezes à peça, pois esta só pode ser percebida quando o espectador consegue acompanhar as várias cenas (discursos) que são apresentadas em simultâneo durante o decorrer da peça. Também se torna difícil perceber a peça através daquilo que os outros dizem e daquilo que eles contam a partir das suas experiências, pois cada um elabora o seu próprio discurso sobre o que está a assistir ou a viver. Deste modo, *Tamara* pode ser uma metáfora discursiva que salienta a pluralidade de interpretações das histórias organizacionais e de como se distribuem numa rede de significados contextualizados historicamente (Boje, 1995). Para Gephart (1991), as histórias podem ser o fermento que permite atribuir sentido, fazer sentido dos acontecimentos. Thatchenkery (1996) utiliza a expressão ir um passo à frente (*notch deeper*), para descrever como uma organização pode

compreender a multiplicidade de discursos que operam em simultâneo, que não precisam de ter nem grande lógica, nem um objetivo determinado. São, simplesmente, discursos de variados tipos que coexistem, à semelhança do que acontece na peça *Tamara*. Podemos conceber um discurso como: *a set of ideas and practices which condition our ways of relating to, and acting upon, particular phenomena. Because a discourse is always embedded in social practice, it cannot be reduced to its ideational content any more than be seen as devoid of theory* (Knights e Morgan, 1991, p. 253).

O conceito de discurso foi mais claramente identificado por Foucault (1976) a partir dos seus estudos sobre o conceito de loucura. Este conceito forma-se num contexto social particular, porque os vários atores percebem o mundo em determinados termos, desenvolvem determinadas práticas sociais que reproduzem as suas perceções como se o que dizem sobre o que acontece fosse a verdade; mas porque o seu discurso é aquele passa a ser essa a sua tradução do que acontece. Isto não é menos do que o resultado da combinação entre a relação de poder e de conhecimento representada pelos políticos e pelos peritos que, através de um discurso convincente, segregam “os loucos da sociedade através da institucionalização” *the mad and the insane from “normal” society through a system of institutional incarceration* (Thactenkery, 1996, pág. 310). Knights e Morgan (1991, p. 253) reforçam esta ideia: *a discourse is not then simply a way of seeing; it is always embedded in social practices which reproduce that way of seeing as the truth of discourse*.

Os discursos vão mudando e, no mundo pós moderno, existe uma tal pluralidade de discursos como de atores. Os discursos mudam à medida que os atores adaptam ou mudam as condições nas quais os processos ocorrem. Concordando com Foucault, o poder do resultado/efeito dos discursos é sempre alvo de resistências, o que torna o discurso um conceito verdadeiramente dinâmico.

Para perceber os vários atores e as relações sociais que estabelecem entre si temos de perceber os discursos nos quais eles situam as suas auto perceções no dia-a-dia (Knights e Morgan, 1991). Os discursos podem ser como um tipo de estenografia que utilizamos para mostrar e decodificar todo o conjunto de relações que se estabelecem entre os processos de poder e de conhecimento, pelo que nos dão uma visão parcial e subjetiva dos acontecimentos, o que ainda é mais marcado pelo facto de os discursos em si mesmo estarem condicionados/embebidos pelas práticas sociais que os sustentam (Foucault, 1976, p. 225). Isto pode confirmar a falsidade da preposição de que em cada interação social existe um único discurso válido. Contudo, existem tantos jogos, tantas combinações (*interplay*) como quantos os participantes e as histórias de vida que estiverem em presença.

Estes discursos dão origem a conhecimento e poder (*knowledge-power shapers*) formando-se a partir da realidade social e da vida organizacional, sendo uns mais adequados do que outros, uns mais eficazes do que outros, uns mais disfuncionais do que outros, mas que se cruzam num emaranhado de jogos e numa rede que os organiza. Um dos contributos da metáfora da *Maya-Leela* na análise dos discursos prende-se com uma reconceptualização do conceito de poder. Podemos considerar que é esta simultaneidade discursiva que desencadeia a criatividade que pode inspirar o risco, a vida e a transformação; e a sua multiplicidade a continuidade das organizações (Thactenkery, 1996). Este autor, através da metáfora de *Maya-Leela* relata-nos a existência de quatro discursos dominantes nas organizações.

O “discurso contínuo” centra-se em torno da participação. O “discurso introduzido”, característico do modelo de organização de mudança social global, promove a incorporação de novas ideias na organização. Este discurso está presente e suporta a prática da consultoria. O terceiro, o “discurso cíclico”, é de uma intensidade reflexiva podendo assumir-se como o discurso dominante em diferentes

momentos da vida organizacional. Por vezes é este o privilegiado; noutras alturas é abandonado; mais tarde pode voltar a ser retomado. Este fenómeno não é novo porque normalmente as velhas ideias não morrem, mas são retomadas com um outro formato. Por último, o quarto discurso, o “discurso transformado”, é o que está imbuído de uma grande espiritualidade (“militância”) no qual o tema central da organização muda ao longo do tempo, adquire novas formas, e surge no âmbito das várias experiências pelas quais a organização vai passando.

O antigo conceito de *Maya-Leela*, à semelhança de *Tâmara*, evoca a ideia de jogo ou de interrelação de multiplicidades, sendo *Maya* um conceito antigo da filosofia indiana utilizado para evocar a multiplicidade de formas e de processos que encontramos no mundo. *Leela* descreve o cósmico e a expressão do universo através de uma ideia de um mundo brincalhão e excêntrico que gera multiplicidade numa abundância exuberante. Por isso, este pode ser um conceito que permite explicar porque nas organizações muitas pessoas se sentem atraídas simultaneamente por vários discursos.

Este aspecto é crucial, porque se cada um olhar para as organizações através do que é construído num construto específico, no qual o que é dominante vai e vem, consegue visualizar através desse movimento materializado nos discursos, as mudanças que vão ocorrendo na organização ao longo do tempo. Assim, a organização estrutura-se e compreende-se (atribui-se sentido) neste jogo de ambiguidades e de paradoxos escondido na rede de discursos. Lyotard (1984) é um autor importante que facilita a compreensão desta problemática com o conceito de fim e de meta-narrativa, se partilharmos a sua tese de que a existência de um único modelo de discurso global perde a força quando convive com o imenso conjunto de “falares” e de histórias fragmentadas, contraditórias, plurais e simultâneas, que encontramos diariamente nas organizações.

A metáfora de *Maya-Leela* permite lançar um novo olhar sobre o conceito de poder pela análise do que é dito e das consequências do que se diz, conduzindo a uma abordagem pós-cognitiva do sentido de poder. A presença de todos estes discursos, múltiplos, complementares e competitivos, interagem na vida real das organizações e na vida das pessoas dentro das organizações, descrevendo como múltiplos discursos seguem e ilustram realidades organizacionais, transformando pessoas e sociedades. É nesta perspectiva que enquadrámos este trabalho, pela necessidade sentida de explicitar os discursos, os jogos e a rede que os sustenta, produzidos numa relação comercial e negocial construída sobre algo intangível. O desafio a que nos propomos é tentar contribuir para a explicitação de sentido sobre o conceito de *Turismo*.

5. PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO EM TURISMO

O que se procurou realçar com as ideias até agora expostas foi a multidisciplinaridade inerente ao Turismo e a necessidade de nos apoiarmos em diversas ciências para o estudar e o compreender. Tradicionalmente, o turismo tem sido abordado numa perspetiva económica. Importa acrescentar aqui o lazer enquanto variável inerente à cadeia produtiva, numa perspetiva antropológica, numa visão geográfica e, mais recentemente, numa dimensão social. Sem dúvida, estas abordagens têm permitido uma ancoragem científica, assim como a legitimação e credibilização da investigação produzida em Turismo. No entanto, a questão inicial permanece. Qual a fronteira entre as problemáticas turísticas e o objeto de estudo de outras ciências sociais? Se o Turismo não é apenas uma prática mas uma área que é objeto de estudo, sobre a qual tem vindo a ser gerado conhecimento científico, e para a qual confluem vários saberes disciplinares, que tipo de investigação será a mais

adequada tendo em vista produzir conhecimento rigoroso e relevante? Se até à década de sessenta a vontade de criar uma ciência turística foi algo importante, parece que este movimento foi abandonado pelo consenso académico de que o método de investigação não se diferenciava do utilizado em outras ciências sociais. A este propósito, retoma-se aqui a definição de Durozoi (1996), que salienta a importância da clarificação do objeto de estudo na definição de uma ciência, bem como a necessidade de um método e de técnicas de investigação próprias. Podemos acrescentar que os discursos sobre a existência de uma ciência turística foram ciclicamente aplaudidos ou abandonados consoante a perspetiva dominante apontava para a defesa do turismo como indústria, produto económico ou campo de investigação, não sendo claro na revisão da literatura um consenso sobre o seu objeto de estudo. Em suma, se se trata de uma ciência ou de uma prática e de que modo poderá articular-se investigação e intervenção.

Este trabalho não se assume como uma investigação científica sobre esta matéria, já que não é esse o seu objetivo nem a sua pretensão. Pensamos, todavia, poder contribuir com um outro olhar para o estudo deste fenómeno, apoiando-nos numa prática reflexiva que passou pelo trabalho de encontrar respostas para os problemas apresentados por quem faz ou usufrui do Turismo. O que esperamos enfatizar são as dimensões política, cultural e psicológica, presentes nas decisões de quem detém o poder, tendo em vista criar condições facilitadoras para que o Turismo ocorra e para que as motivações que sustentam as opções de fazer e de usufruir do Turismo, de quem o alimenta e anima, sejam evidenciadas num quadro de interações multiculturais que orientam e condicionam os atributos que os diversos atores em presença associam às transações turísticas. Esta complexidade de fatores que motivam e criam o turismo dificulta a obtenção dum consenso no seio da comunidade que se dedica ao seu estudo, no que respeita à identificação da sua especificidade, assim como facilita a compreensão de alguns argumentos que questionam a relevância dos modelos explicativos que sobre o mesmo têm vindo a ser produzidos e a eficácia de modelos de intervenção que visam o seu desenvolvimento.

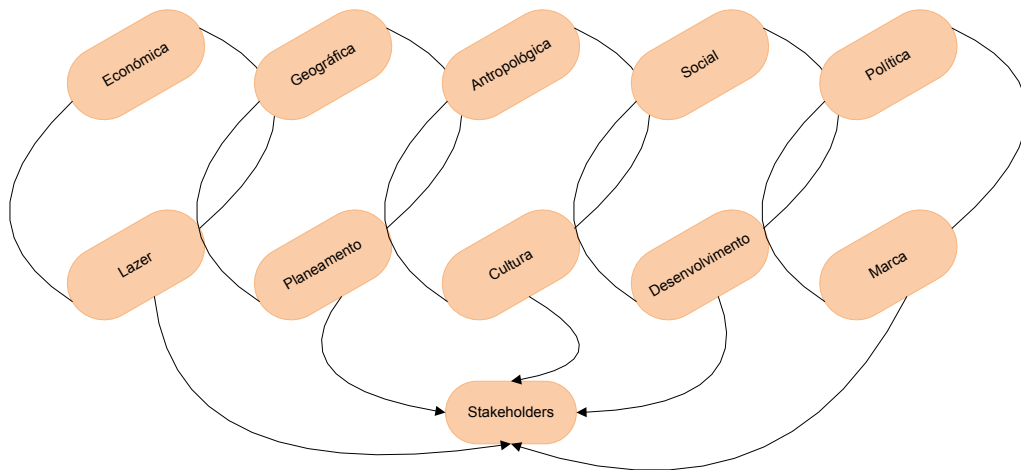
De la Torre (1992, p.19), apoiando-se na definição proposta pela Organização Mundial de Turismo que define turismo como a soma de relações e de serviços resultantes de uma mudança de residência temporária e voluntária, por motivos alheios a necessidades profissionais ou de negócios, diz que turismo é um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde. Esta perspetiva recoloca a ênfase no movimento de pessoas (turista) e nos equipamentos (produtos), recuperando a importância da dimensão social e humana do turismo em paralelo com a sua dimensão económica. Por fim, destaca-se a definição proposta pela Organização Mundial de Turismo em 1995 que procura reunir as principais abordagens presentes na literatura ao considerar que: O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu ambiente habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.

Em síntese, o turismo é um fenómeno plural; podemos afirmar que é um fenómeno predominantemente social e cultural, num processo (co)construído de inter-relações entre os diferentes indivíduos que o constituem, suportado por uma estrutura económica e ambiental. A abordagem sistémica do turismo permite o seu estudo e ancoragem científica porque integra dimensões, estruturas e intervenientes (Bull, 1994).

Se o ponto de partida deste trabalho foi a relação negocial inerente ao Turismo, concretizada pela transação de produtos que representam a materialização de representações e símbolos, ancorada

numa multiplicidade de fatores sociais e culturais, muito mais complexos do que os presentes na relação tradicional *produtor – cliente*, então a explicitação deste conceito não poderá ser realizada considerando apenas as dimensões que usualmente lhe são reconhecidas. As dimensões económica, psicológica, antropológica, ambiental e social, apesar de serem as mais estudadas, traduzem, do nosso ponto de vista, uma visão fragmentada do Turismo, já que não reconhece nem realça a complexidade deste conceito patente nos processos políticos das organizações, ou seja, na inter-relação organizada entre indivíduos, estruturas e envolvente (Figura 1). Estas sobressaem, são visíveis ou considerados relevantes consoante os jogos de poder as confirmam ou as dissimulam (anulam), contribuindo, assim, para que uma outra dimensão deva ser salientada: a política/marca.

Figura1: Dimensões Presentes no Estudo do *Turismo* (formulação própria).



O pentágono de conexões que emerge desta relação negocial, em que os atores organizacionais externos determinam e condicionam o percurso do desenvolvimento do Turismo, num dado território, é o que parece ser, em nossa opinião, o cerne da questão e o fulcral na abordagem do conceito *Turismo*. Porque os discursos dos *stakeholders*, e a sua capacidade de influência, não são simplesmente uma “maneira de ver”, nem uma maneira de falar das coisas. São sempre embebidos de práticas sociais, psicológicas e políticas, que reproduzem uma determinada “maneira de ver” como sendo a verdadeira. Ou seja, os discursos podem ser concebidos como um conjunto de ideias e de práticas condicionados pelo relato dos próprios e pela sua ação sobre um determinado fenómeno e um acontecimento específico. Assim, procurámos enfatizar a importância do papel dos processos políticos nestes sistemas, através da “voz” dos *stakeholders* que interagem no Turismo. A referência ao político que aqui utilizamos deverá ser entendida em sentido metafórico e visa enfatizar a necessidade de reconhecer a existência de múltiplos interesses e interessados, de conflitos e de negociação, de alianças e de comportamentos que podem ser legítimos, impróprios ou disfuncionais, assim como podem influenciar a distribuição de vantagens. Como salienta a literatura da especialidade, os comportamentos políticos nas organizações fazem parte do seu quotidiano, ocorrem a todos os níveis e são inevitáveis (e.g., Mintzberg, 1986; Riggio, 2009; Robbins, 1996; Schein, 1977;). Tê-los em conta e considera-los uma variável que carece de mais estudo e de atenção, é algo que hoje é reconhecido como podendo ter um impacto positivo no desempenho de qualquer organização.

Neste sentido, sintetizamos a abordagem de Pichault (1998) que pretende explicar os diversos tipos de jogos de poder que emergem nas organizações, em processos contínuos de negociação e de mudança, nas quais *stakeholders*, estruturas, pessoas e parcerias são conceitos “chave”. Tal como defende o autor, a possibilidade de emergirem uns ou outros jogos de poder está associada à centralização ou à dispersão do poder numa organização, ou num contexto, e ao tipo de mecanismos de ligação envolvidos (Mintzberg, 1983). Ou seja, o foco está no grau de autonomia dos atores e nos processos nos quais estes interagem que, por sua vez, são inerentes aos motivos, atributos ou representações próprios dos contextos socioculturais de onde estes provêm. Pensamos que, para explicitar este relacionamento simbólico dos vários atores em presença, materializado pela transação efetiva de produtos numa base negocial, poderemos apoiar-nos no modelo político de organizações, nos quais as fronteiras são pouco convencionais e aparecem cada vez mais permeáveis, porque os vários atores organizacionais externos desempenham um papel com uma intervenção crescente, nos processos de mudança internos (Pichault, 1998). Para este autor, ao contrário do que defendem outros, que salientam a confiança mútua, a cooperação e o ultrapassar de conflitos como uma das características indissociáveis desses sistemas, estes não evitam os jogos de poder. Permanecem e são assumidos como intrínsecos a qualquer acordo organizacional. É a intervenção e o papel crescente, múltiplo e simultâneo dos vários intervenientes que direciona e afeta o modo como os jogos de poder se desenvolvem, como promovem mudanças, como se organizam num sistema e se refletem na tomada de decisão. Tal diversidade pode levar à justaposição de princípios de mudança divergentes e desafia a equipa principal (em particular os líderes) a planear novos meios de gerir os indivíduos dentro das organizações modernas e de sistemas complexos.

Para Ascanio (2010), investigar em turismo obriga a um olhar multidisciplinar; um quadro concetual que teorize sobre a dimensão económica e ambiental (empresas, recursos turísticos, entre outros), a dimensão psicológica (consumidores, turistas) e a dimensão social (comunidade recetora) como um todo. Mas o autor não se limita a este aspeto. Salienta a importância das regras do jogo na manutenção do equilíbrio entre atores, contexto e recursos e da sua capacidade de estas darem unidade coerente a algo que, mais do que a soma das partes, resultará num novo sistema (Ascanio, 1998).

Na nossa perspetiva, o objeto de estudo do turismo resulta do efeito dos processos políticos de tomada de decisão, cuja rede de discursos e de poder facilitará ou dificultará a gestão interrelacionada das diversas dimensões e interdisciplinaridade presente no turismo.

6. CONCLUSÃO

Ao longo do presente artigo procurámos explicitar alguns dos principais desafios com que se confronta a investigação e a intervenção em Turismo. Identificámos pressupostos epistemológicos que subjazem a perspetivas teóricas e a modelos explicativos, assim como assinalámos questões de natureza metodológica que facilitam ou dificultam o avanço do conhecimento e o desenvolvimento de estudos dotados de rigor e relevância neste domínio. Ilustrámos uma via de estudo que nos parece viável e promissora, dando realce ao que designámos como comportamentos “políticos” nas organizações de turismo. Neste sentido, evidenciamos a importância de atender ao conhecimento tácito ou implícito com que operam os vários “stakeholders” do sistema e que, uma vez explicitados e comunicados, poderão contribuir para aumentar a sua eficácia, assim como facilitar a sua mudança e desenvolvimento.

O presente trabalho representa uma contribuição para a clarificação conceptual, acrescenta valor à reflexão de natureza epistemológica e metodológica, tendo implicações para a explicação e a intervenção em Turismo.

O objectivo que nos propusemos ao elaborar este artigo e que explicitámos no seu início tinha que ver com a necessidade de repensar algumas questões de natureza epistemológica e metodológica, e suas implicações na investigação turística, por considerarmos que esta reflexão merece atenção, não deve ser iludida nem evitada. A mesma é vantajosa para a clarificação conceptual e para o avanço do conhecimento em Turismo. No mesmo sentido, a investigação empírica dedicada ao Turismo poderá ser enriquecida se criticamente for capaz de se distanciar duma lógica positivista e da sua argumentação, que, em vários domínios científicos, é cada vez menos convincente. Também no Turismo, em nossa opinião, a investigação empírica ganha em não ignorar a abertura e a inovação trazida por esta perspectiva.

Ao longo do presente artigo procurámos ilustrar como algumas dimensões, para além da física e económica (distâncias percorridas em busca de territórios ou paisagens desconhecidos e custos associados), estão em acção no Turismo e o influenciam. Nesse sentido, questionámos algumas ideias feitas ou bastante divulgadas, assim como salientámos a importância e os efeitos de outras dimensões, designadamente a simbólica e “política”. O percurso efectuado permitiu-nos questionar se a atenção da investigação que se ocupa de turismo está, de facto, centrada no fenómeno *Turismo* ou se o seu principal interesse é um outro, como, por exemplo, a globalização, a promoção do desenvolvimento económico, a gestão de uma marca ou a gestão de destinos. Considerámos ter posto em evidência a importância das dimensões simbólica e política nos processos que envolvem o Turismo. A aqui referida dimensão “política” dever ser entendida no seu sentido metafórico. À semelhança do que ocorre no sistema político também no seio das organizações há interesses e objectivos, há processos e actores. Os interesses e objectivos que caracterizam os diversos “stakeholders” que operam no interior do sistema conduzem a processos e a resultados que importa os decisores terem em conta. Uma investigação científica rigorosa e socialmente relevante poderá contribuir para evidenciar esses processos e resultados. Com o presente artigo quisemos ilustrar alguns desses processos em acção no Turismo.

7. BIBLIOGRAFIA

- Almeida, J. F. & Pinto, J.M. (1975). *A Investigação nas Ciências Sociais - estudo elaborado no gabinete de investigação social*. Lisboa: Editorial Presença.
- Argyris, C. & Schon, D. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Argyris, C. & Schon, D.A. (1989). Participative action research and action science compared: a commentary. *American Behavioural Scientist*, 32, 612-623.
- Argyris, C. (1970). *Intervention: theory and methods*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Argyris, C., Putnam, R. & Smith, D.M. (1985). *Action Science: Concepts, methods and skills for research and intervention*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Ascanio, A. (1998). *Elementos del turismo como sistema*. Caracas: Editorial Venezolana.
- Ascanio, A. (2010). Opiniones y ensayos: el objeto del turismo. Una possible ciencia de los viajes?. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8 (4), 633-641.
- Boje, D. M. (1995). Stories of the storytelling organization: A post-modern analysis of Disney as *Tamara-land*. *Academy of Management Journal*, 38 (4), 997-1035.
- Boudon, R & Lazarsfeld, P (1965). *Le Vocabulaire des Sciences Sociales*. Paris: Mouton.
- Brewer, J. & Hunter, A. (1989). *Multimethod research: a synthesis of styles*. Newbury Park: Sage.

- Bull, A., (1994). *La Economía del Sector Turístico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cohen, M. D. & March, J. G. (1974). *Leadership and ambiguity: the American college president*. New York: McGraw-Hill.
- Cooperrider, D. L. & Srivastva, S. (2000). Appreciative inquiry in organizational life. In D. L. Cooperrider, P. F. Sorenson, Jr., D. Whitney & T. F. Yaeger (Eds.), *Appreciative inquiry: Rethinking human organization toward a positive theory of change* (pp. 55-97). Champaign, IL: Stipes Publishing.
- Cooperrider, D. L., Whitney, D., & Stavros, J. M. (2003). *Appreciative Inquiry Handbook*. Bedford Heights, OH: Lakeshore Publishers.
- Cooperrider, D.L., Srivastva, S. (1987). Appreciative inquiry in organizational life. In R.W. Woodman, W.A. Pasmore (Eds), *Research in Organizational Change and Development*, , 1:129-69. Greenwich: JAI.
- Cyert, R. M. & March, J. G. (1963). *A behavioural theory of the firm*. Englewood Cliffs: NJ: Prentice-Hall.
- Downey, H.K. & Brief, A.P. (1986). How cognitive structures affect organizational design: Implicit theories of organizing. In Sims, H.P., Jr.; Gioia, D.A. and Associates (Eds), *The thinking organization*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Durozoi, G. & Roussel, A. (1996). *Dicionário de Filosofia*. Campinas: Papirus.
- Ferreira, J. (2001). Interfaces Teóricas sobre a construção social do saber. *XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação*. Campo Grande/MS: Intercom.
- Foucault, M. (1969). *L'archéologie du Savoir*. Paris: Gallimard/NRF.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir: naissance de la prison*. Paris: Gallimard/NRF.
- Foucault, M. (1976). The archaeology of knowledge and the discourse on language. New York: Harper & Row.
- Fransella, F. (Ed) (2003). *International Handbook of Personal Construct Psychology*. Chichester, England: John Wiley & Sons.
- Gamboa, S. A. (1989). A dialéctica na pesquisa em educação: elementos de contexto. In Fazenda, I. (Org.), *Metodologia da pesquisa educacional*. S. Paulo: Cortez.
- Gephart, R. P. (1991). Succession, sense making and organizational change: a story of a deviant college president. *Journal of Organizational Change Management*, 4, 34-44.
- Gergen, K. (1978). Toward generative theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1344-1360.
- Gergen, K. (1982). *Toward transformation in social knowledge*. New York: Springer-Verlag.
- Gergen, K.J. (1998). Toward a post-modern and post-western psychology. In A.D. Gomes & J.P. Valentim (Eds.), *Psicologia e Sociedade*. Coimbra, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.
- Gherardi, S. (1995). When will he say: "today the plates are soft"? The management of ambiguity and situated decision-making. *Studies and Cultures, Organizations and Societies*, 1, 9-27.
- Gomes, A. (2000). Considerações sobre a pesquisa científica: em busca de caminhos para a pesquisa científica. São Paulo: FCT/UNESP.
- Guba, E.G. & Lincoln, Y.S. (1994). *Fourth generation evaluation*. Newbury Park: Sage.
- Habermas, J. (1971). *Knowledge and human interests*. Boston: Beacon Press.
- Harvey, L.J. & Myers, M.D. (1995). Scholarship and Practice: The Contribution of Ethnographic Research Methods to Bridging the Gap. *Information Technology & People*, 8 (3), 13-27.
- Heller, F. (1993). Another Look at Action Research. *Human Relations*, 46 (10), 1235-1242.
- Kelly, G.A. (1955). *The psychology of personal constructs* (2 vols.). New York: Norton.
- Knights, D. & Morgan, G. (1991). Corporate strategy, organizations and subjectivity: a critique. *Organizations Studies*, 12, 251-273.
- Kock Jr., N.F. & Corner, J.L. (1996). *Myths in Organisational Action Research: Reflections on a Study of Computer-Supported Process Redesign Groups*. Research Report No. 1996-4, Hamilton, New Zealand: Dept. of Management Systems, University of Waikato.
- Kock, N.F.; McQueen, R.J. & Scott, J.L. (2000). Can Action Research be Made More Rigorous in a Positivist Sense? The Contribution of an Iterative Approach. *Action Research E-Reports*, 9.
- Lyotard, J. F. (1984). *The postmodern condition: a report of knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations*. Englewood Cliffs: NJ, Prentice-Hall.
- Organización Mundial del Turismo (1995). *Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo*. Madrid: UNWTO.

- Orlikowski, W.J. & Baroudi, J.J. (1991). Studying Information Technology in Organizations: Research Approaches and Assumptions. *Information Systems Research*, 2 (1), 1-28.
- Pichault, F. (1998). A Political Model of Change in Network Organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 7 (2), 215-232.
- Reason, P. (1993). Sitting between Appreciation and Disappointment: A Critique of the Special Edition of Human Relations on Action Research. *Human Relations*, 46 (10), 1253-1270.
- Reason, P. (1994). Three Approaches to Participative Inquiry. In N.K. Denzin and Y.S. Lincoln (Eds), *Handbook of Qualitative Research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Réau, B. & Poupeau, F. (2007). L'enchantement du monde touristique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 170, 4-13.
- Revans, R. W. (1982). *The origin and growth of actions learning*. Lund: Studentlitterature.
- Ribeiro, H. J. (2007). *Bertrand Russell e a Filosofia Analítica no Século XX*. Coimbra: Pé de Página Editores.
- Riggio, R. E. (2009). *Introduction to Industrial/ Organizational Psychology* (5^a ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Robbins, S. P. (1996). *Organizational Behavior. Concepts, Controversies, Applications* (7^a ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Rowell, L. L. (2006). Action Research and School Counseling: closing the gap between research and practice. *Professional School Counseling*, 9 (5), 376-384.
- Santos, J.F.P. (1999). Todos os gestores “sabem” teorias da empresa. In Cunha, M.P. (Coord.), *Teoria Organizacional: Perspectivas e Prospectivas*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Schein, V. E. (1977). Individual power and political behaviors in organizations: An inadequately explored reality. *Academy of Management Review*, 2 (1), 64-72.
- Silva, L. (2010). O método científico: algumas relações entre ciência, tecnologia, sociedade e ambiente. *Kínesis*, Vol. II, 3, 306 – 315.
- Strati, A. & Nicolini, D. (1999). O Cognitivismo nos estudos organizacionais. In Cunha, M.P. (Coord.), *Teoria Organizacional: Perspectivas e Prospectivas*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Susman, G. & Evered, R. (1978). An assessment of the scientific merits of action-research. *Administrative Science Quarterly*, 23, 582-603.
- Thatchenkery, T.J. & Upadhyaya, P. (1996). Organizations as a Play of Multiple and Dynamic Discourses: An Example from a Global Social Change Organization. In Boje, D.M.; Gephart, R.P. & Thatchenkery, T. J. (Eds.), *Postmodern management and Organization Theory*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Torre, De La (1992). *El turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Walker, R. (1993). An Introduction to Applied Qualitative Research. In R. Walker (Ed), *Applied Qualitative Research*. Aldershot, UK: Gower, pp. 3-26.
- Weick, K.E. (1979). *The social psychology of organizing* (2^a ed.). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. London: Sage.